



**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA  
LUIZA DE CASTRO CARVALHO SANDRESCHI**

**BRECHÓ:**

**MODELO DE NEGÓCIO DE MODA VERTENTE DA ECONOMIA CIRCULAR**

**FLORIANÓPOLIS/SC  
2021**

**LUIZA DE CASTRO CARVALHO SANDRESCHI**

**BRECHÓ:**

**MODELO DE NEGÓCIO DE MODA VERTENTE DA ECONOMIA CIRCULAR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina como requisito à obtenção do título de Tecnóloga em Design de Moda.

Orientadora Professora Dra. Anelise Leal Cubas

FLORIANÓPOLIS/SC  
2021

**LUIZA DE CASTRO CARVALHO SANDRESCHI**

**BRECHÓ:**

**MODELO DE NEGÓCIO DE MODA VERTENTE DA ECONOMIA CIRCULAR**

Este trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Tecnóloga em Design de Moda e aprovado em sua forma final pelo Curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Florianópolis, 01 de julho de 2021.

---

Professora e orientadora Dra. Anelise Leal Cubas  
Universidade do Sul de Santa Catarina

---

Professor Juliano Mazute  
Universidade do Sul de Santa Catarina

---

Professor Ms. Roberto Forlin Pereira  
Universidade do Sul de Santa Catarina

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus em primeiro lugar, pois foi através Dele, e suas luz e bençãos, que finalizo, e inicio ao mesmo tempo, mais um ciclo de minha vida.

Agradeço imensamente meu pai, minha mãe, e meu irmão por todo o amor, carinho, compreensão e apoio que recebi durante todo este período de intensos estudos.

Agradeço também à minha família, e amigos e amigas, por sempre incentivarem-me aos estudos na área que escolhi estudar e defender, a Moda.

Agradeço às minhas professoras do Curso de Tecnologia em Design de Moda pela dedicação, e maestria, em passaram-me durante os anos de graduação, seus conhecimentos, nas respectivas áreas de atuação, e sempre estimularem, a mim e minhas colegas, o gosto pela curiosidade no ramo têxtil.

Agradeço, em especial, minha professora orientadora Dra. Anelise Leal Cubas, e Ms. Ana Paula Provin, amiga e também orientadora, pelo apoio, incentivo, e ensinamentos passados durante as manhãs de orientação ao longo da produção deste trabalho.

## RESUMO

O presente trabalho visa apresentar o brechó, estabelecimento de compra e venda de artigos de segunda mão, como vertente da economia circular, citando as beneficiadas pautas social, ambiental e econômica. Assim sendo, foram dissertadas parte história do comércio de segunda mão, desde os primários tempos industriais aos contemporâneos negócios de moda seriada, argumentações vinculadas aos potenciais redutores de rejeitos têxteis – por parte da reutilização de peças através dos brechós -, anexadas às passíveis gerações de renda e arrecadação para o futuro mercado de moda, as quais impactam positivamente no âmbito socioeconômico. Para o enriquecimento das informações, aplica-se um questionário, o qual objetiva compreender o comportamento das gerações Millennial e Z perante o consumo de segunda mão no estado de Santa Catarina.

Palavras-chave: Moda. Economia circular. Brechó.

## **ABSTRACT**

This work aims to present the thrift store, the establishment of purchase and sale of second-hand items, as part of the circular economy, citing the benefited social, environmental and economic agendas. Therefore, part of the history of second-hand commerce was discussed, from the early industrial times to the contemporary serial fashion business, arguments linked to the potential reducers of textile waste - due to the reuse of pieces through thrift stores -, attached to the likely generations of income and revenue for the future fashion market, which have a positive impact on the socioeconomic sphere. To enrich the information, a questionnaire is applied, which aims to understand the behavior of the Millennial and Z generations regarding second-hand consumption in the state of Santa Catarina.

Keywords: Fashion. Circular economy. Thrift store.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Exemplo do método utilizado para a seleção das literaturas.....	16
Figura 2 - Condições trabalhistas que exploravam a mão de obra infantil.....	18
Figura 3 - Mascate na cidade do Rio de Janeiro, no século 19.....	20
Figura 4 – Ofícios femininos durante os anos da Grande Guerra.....	22
Figura 5 - “Ao Belchior”: brechó símbolo na cidade de Porto Alegre.....	25
Figura 6 - “Ao Belchior”: brechó símbolo na cidade de Porto Alegre.....	25
Figura 7 - “Malé de Lixo”, brechó carioca de Maysa Matarazzo,1970.....	26
Figura 8 - Matriz da rede Crossroad Tranding, 1991, São Francisco (CA).....	29
Figura 9 - Uma das primeiras logomarca do brechó Crossroad Tranding.....	29
Figura 10 - Cantor ícone <i>grunge</i> da década de 1990, Kurt Cobain.....	30
Figura 11 – <i>Home page</i> do site eBay (1999 e 2019).....	32
Figura 12 – <i>Home page</i> do site eBay (1999 e 2019).....	32
Figura 13 - Lançamento da coleção parceria entre a rede varejista <i>fast fashion</i> H&M e o renomado estilista Karl Lagerfeld, 2004.....	35
Figura 14 - Cidadãos estadunidenses realizando compras em brechós, 2008.....	36
Figura 15 - Cidadãos estadunidenses realizando compras em brechós, 2008.....	36
Figura 16 - Peças descartadas sem o correto manejoamento, cidade de Criciúma, Santa Catarina.....	38
Figura 17 - A nociva interação entre o pós consumo têxtil e recursos hídricos.....	39
Figura 18 - Método lúdico de entendimento das formas de consumo no atual mercado de moda.....	41
Figura 19 - Trabalhadores em más condições de trabalho, em meio à produção em massa.....	43
Figura 20 - Loja de brechó e a gama de peças, modelagens e cores em amostra...46	

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Consumo de marcas <i>fast fashion</i> .....	50
Gráfico 2 - Acompanhamento de notícias relacionadas à sustentabilidade na moda.....	51
Gráfico 3 - Composição de looks.....	52

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
1.1	Problematização.....	13
1.2	Justificativa.....	14
1.3	Objetivos.....	15
1.3.1	Objetivo Geral.....	15
1.3.2	Objetivos Específicos.....	15
1.4	Metodologia.....	16
<b>2</b>	<b>O CONSUMO DE BRECHÓS NO SÉCULO XIX: SURGIMENTO DOS ESTABELECIMENTOS VOLTADOS À SEGUNDA-MÃO.....</b>	<b>18</b>
<b>3</b>	<b>ANOS DE 1990 E A VIRADA DO MILÊNIO: O ADVENTO DA INTERNET COMO IMPULSOR PARA O CONSUMO NOS BRECHÓS.....</b>	<b>28</b>
<b>4</b>	<b>BRECHÓ COMO VERTENTE DA ECONOMIA CIRCULAR.....</b>	<b>37</b>
4.1	Brechó como potencial redutor de impacto sociais.....	41
4.2	Brechó como potencial redutor de impactos ambientais.....	44
<b>5</b>	<b>AVALIAÇÃO DO COMPORTAMENTO DAS GERAÇÕES MILLENNIAL (Y) E Z EM RELAÇÃO AO USO DE BRECHÓ EM SC.....</b>	<b>49</b>
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>54</b>
<b>7</b>	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>57</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Contemporaneamente, o capitalismo é adotado como sistema econômico e, o que mais se observa nos meios de comunicação, é a necessidade de movimento de capital. De fato, é de suma importância obter o fluxo econômico em andamento, nos mais diversos setores, pois é o que sustenta e dá acesso a serviços e bens. Extrair a matéria-prima, produzir, comprar, fazer o uso e descartar, são passos percorridos por um produto dentro de um sistema linear, podendo parecer um caminho inócuo. No entanto, ao multiplicá-lo para dezenas, centenas e milhares de mercadorias, o cenário “inofensivo” modifica-se.

Como alternativa cabível e passível de implementação e retorno financeiro, os brechós adentram cada vez mais a vida de consumidores ao redor do mundo, em razão de suas ressignificações para com artigos de moda. Propósito e consciência são, a modo de exemplo, motivações para um novo redirecionamento para com comércio e sociedade (ALVES; YAMIN; SALLES, 2014), principalmente em âmbito jovem – precisamente nas gerações Y e Z.

Nacionalmente, políticas públicas voltadas, em totalidade, para os resíduos têxteis são ausentes. No geral, tais rejeitos juntam-se a outros descartes, de setores variados, e manejados por agentes públicos ou privados tendo como consequência a realização de uma gestão desses resíduos, como a separação dos orgânicos e recicláveis, por exemplo. Como referenciado, o ramo da moda carece de visibilidade no estágio pós uso.

O atual modelo de indústria têxtil pauta-se no princípio *take-make-waste*<sup>1</sup> - pegue, faça e desperdice, em tradução nossa - (EMF, 2017), que explora em larga escala recursos naturais, contaminando ambiências e promovendo a geração de rejeitos (MACHADO et al., 2019). De maneira nacional, foram produzidas, no ano de 2018, 5,1 bilhões de peças de vestuário, movimentando cerca de 50 bilhões de dólares de faturamento<sup>2</sup> (RS, 2020a).

Dados como esse, e de tamanha significância, são alarmantes em prisma ecossistêmico, em razão das danosas consequências ao meio ambiente, uma vez que é de conhecimento e comprovação, que a produção de tecidos – naturais ou sintéticos

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/what-is-the-circular-economy> . Acesso em 10/06/2021.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.reciclasampa.com.br/artigo/saiba-tudo-sobre-a-reciclagem-de-residuos-texteis-no-brasil> . Acesso em 12/06/2021.

- utiliza de produtos químicos e derivados do petróleo, os quais acarretam, respectivamente, na contaminação terrestre e do lençol freático, e emissão de dióxido de carbono<sup>3</sup> (RS, 2020a), quando não encaminhados para o correto manejo. Tal forma seriada da moda aparenta não medir os futuros e nocentes desfechos (SOUZA; EMIDIO; FÁTIMA, 2015).

Para contrapor tamanhos impactos, entra em voga a chamada economia circular, alternativa aposta de cunho socioambiental capaz de manter o fluxo econômico em união à atenuação de agentes poluidores. A manutenção de produtos e materiais em uso, além da regeneração de sistemas naturais, colocam tal sistema cíclico de produção como escolha cabível de implementação na cadeia têxtil, resultando no desenvolvimento mais sustentável de atividades financeiras que beneficiam, em sequência, empresas, sociedade e ecossistema (EMF, 2017).

Nesse sentido, o consumo e utilização de peças de segunda mão datam desde o século XIX, por razões, a título de exemplo, como desigualdade social e natureza simbólica (ato de transferência de valores estéticos de uma geração para a outra). Os estabelecimentos inseridos no negócio de compra e venda de artigos de segunda mão começam a instaurar-se, nacionalmente, no século XVIII, no Rio de Janeiro (BÔAS; LEMES, 2012).

Por tempos, tal comércio detinha preconceito por parte da sociedade. Em épocas de progressão industrial, a exploração de novos recursos e utilização em massa dos mesmos era de natureza trivial, tendo em consideração a expansão de novos modelos de faturamento. Todavia, como num pêndulo, o retorno à concepções passadas traz à tona atos de indagar e problematizar atitudes.

O século XX, em seus plurais acontecimentos, revela uma sociedade cada vez mais empática com o ecossistema. É por meio da juventude, geradora de novos comportamentos, que a busca por formas de expressão, a respeito de propor novas alternativas de proteção da ambiência, ganha relevância. A moda, sempre presente e reflexo do corpo social, é política para o início de uma oposição ao capitalismo e consumismo vigentes, tendo o brechó como ramificação para estender o ciclo de vida de tantas peças.

O consumo de segunda mão, vertente de conceitos de sustentabilidade, por sua vez pode assemelhar-se a uma quebra significativa perante a linearidade, de

---

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.reciclasampa.com.br/artigo/saiba-tudo-sobre-a-reciclagem-de-residuos-texteis-no-brasil> . Acesso em 12/06/2021.

altíssimos lucros, do atual mercado de moda (ALVES; YAMIN; SALLES, 2014). Políticas públicas tencionam a regulamentação do manejo correto de resíduos têxteis, como propósito da Lei 12.305<sup>4</sup> (2 de agosto de 2010), pertencente a Política Nacional de Resíduos Sólidos (GOV.BR, 2010), a qual determina que rejeitos de corporações devam possuir o devido manejo (MENEGUCCI et al., 2015). Todavia, é ainda perceptível que o objetivo central perante a indústria têxtil, é o lucro.

De maneira antagônica ao referenciado modo linear e seriado de produção, - resultado de um consumo desenfreado por parte de estímulos subjetivos, para além de reais necessidades (BÔAS; LEMES, 2012), os brechós, benéficos e pertencentes a economia circular, são passíveis de reduzir descartes (BRYDGES, 2021).

Ressignificar, e assim mudar. Formulando novos ideais, de modo que sustentáveis e empáticos para com contexto socioambiental, a economia circular será objeto de estudo e análise, tendo em consideração o brechó, como elemento fundamental desse ciclo fechado e de máximo aproveitamento de peças e artigos de vestuário. As diversas e pendulares eras que a moda direcionou-se foram de suma importância para que tais estabelecimentos de compra de segunda-mão fossem visualizados para além de comércios de artigos utilizados, e sim como referência de trocas envolvendo peças de vestuário e vivências pessoais, as quais compartilham-se (ALVES; YAMIN; SALLES, 2014). E em adjacência, ocorre a contribuição ao propósito de reparações estruturais no âmbito socioambiental.

Foi durante tempos, em consequência de preconceitos e ausência de informações, que a sociedade distanciou-se de comportamentos de natureza sustentável; todavia, a globalização coadjuvou para uma aproximação entre informações no espaço cosmopolita, promovendo, para o presente trabalho, discussões e influências a cerca dos brechós como vertente da economia circular – potencial gerador de renda e empregos – e social, em conexão ao compartilhamento de ideais de compra em comum como alternativa de contenção aos já prometidos desastres ambientais a curto prazo, em conjunto ao primordial, e de direito, bem-estar social.

---

<sup>4</sup> Normas que direcionam o correto manejo dos resíduos sólidos em território nacional, os quais encontram-se sob responsabilidade dos órgãos administrativos.

## 1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Em meio a modernizações, o ramo têxtil passou por evoluções e altíssimo crescimento financeiro, adentrando cada vez mais o mercado e a vida populacional. A mídia, com sua aproximação do social, obteve função relevante e inquestionável perante influência para com o consumo. As linguagens simbólica e estratégica, aliam-se a moda seriada como espécie de escape, que cura e satisfaz o almejo à novidade (SOUZA; EMIDIO; FÁTIMA, 2015). É provocado o querer, ascendendo o atual consumismo, desenfreado e tido como descartável.

Como referida, a economia em linearidade baseia-se na concepção de trazer ao consumidor o que há de mais novo, os chamados modismos. Tais pequenas tendências, de estação em estação, têm seu auge, de maneira breve, e logo são substituídas por outras tendências<sup>5</sup> (Ibidem). Considerando o atual alcance midiático das redes sociais, e negócios *e-commerce* (comércio virtual), a sensação de ausência de certas peças nos guarda-roupas é recorrente, e para tal “necessidade”, o acesso a esses artigos de desejo é de natureza simples, em ambos os sentidos: tanto em relação à diversidade de lojas que reproduzem o mesmo modismo, quanto em relação ao valor agregado, pois tratando-se de moda seriada, o investimento é pequeno, assim como o tempo de uso da peça<sup>6</sup> (Ibidem).

O excesso de descartes em aterros sanitários e beira de rios, traz a tona reflexões sobre o que a sociedade espera de um futuro próximo. Desinformações e falta de transparência com o consumidor corroboram para que a moda mantenha o *status*, no meio industrial, de grande contaminador ambiental (SAES, 2021). Com objetivos de faturamento bilionários e preenchimento hedônico, a produção desmedida de vestuário, em adjacência a problemática social de desigualdade e insalubridade nos ambientes de confecção (BRYDGES, 2021), tornam-se, literalmente, insustentáveis ao planeta.

A título de exemplo em âmbito internacional, o ano de 2015 registrou o significativo valor de 1.630 toneladas de peças descartadas ao redor do globo<sup>7</sup> (GMB, 2019). Dessa forma, sabido tamanho impacto que a produção têxtil em massa detém, a

---

<sup>5</sup> Ibidem.

<sup>6</sup> Ibidem.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.greenmebrasil.com/consumir/moda/8395-moda-descartavel-enchendo-planeta-lixo-textil/>. Acesso em 09/06/2021.

economia circular vem conquistando cada vez mais visibilidade perante o consumidor, diante de dados, como o citado, e desastres naturais em constante acontecimento.

O processo de adaptação e adesão a moda de segunda mão ainda é lento em países com grande índice de desinformação, falta de incentivos, e preconceito para com estabelecimentos de tal natureza, em referência ao brechó como objeto de estudo. No entanto, as mais novas gerações, Millennials e Z, geram constantes debates e discussões perante a ressignificação de peças já utilizadas, tendo em vista propósitos empáticos para com sociedade e ambiência, além de buscarem, em tais artigos de moda, representações de si para destacarem-se em meio aos padronizados modismos (BÔAS; LEMES, 2012). Em relação as projeções capitais, acredita-se haver uma sobreposição ao *fast fashion* por parte do comércio de segunda mão até o ano de 2029, em território norte americano<sup>8</sup> (FERNANDES, 2020).

Disseminar informação e cobrar políticas públicas que acordem com os expressivos pedidos de ajuda ambientais serão pilares das análises contidas no presente trabalho.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

A questão do estudo de brechós como atual e futuro comportamento de estilo e consciência, tem como princípio o consumo objetivo e de propósito. Diante de uma maior aproximação e integração entre nações, a globalização favorece a ampliação de informações, logo, a união entre transparência e ética em processos ligados aos âmbitos socioambientais são primares para que esse novo consumidor obtenha para si, não só mais uma mercadoria, de fins quantitativos, e sim, toda uma cadeia de produção, qualitativa e de responsabilidade com a sociedade.

Em contribuição mestre para a ciclos têxteis fechados – e geradora de discussões acerca do brechó – a economia circular é pilar no que concerne o ato de frear o consumo desenfreado. Nocivo, o decurso envolvido desde a produção de tecidos a confecção dos montantes de peças adianta os prometidos colapsos

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://dcomercio.com.br/categoria/negocios/brechos-crescem-e-podem-pegar-lugar-das-fast-fashion> . Acesso em 09/06/2021.

ambientais que, numa sequência de acontecimentos, afetarão diretamente a vida humana.

Notória tamanha ousadia – de maneira que essencial – o prolongamento da vida útil de artigos de vestuário é antagônico a conceitos do *fast fashion*, sistema de produção têxtil seriada num curto espaço de tempo a preços barateados (ALVES; YAMIN; SALLES, 2014). Entre suas subdivisões, a economia circular possui o brechó como escolha apropriada e benéfica para a problemática envolvida no atual modelo da indústria *fashion*, cujos descarte sem manejo das milhares de roupas, reflexo dos efêmeros modismos, e a exploração de recursos ambientais, em paralelo as insalubres condições trabalhistas (BRYDGES, 2021), são pilares para um possível colapso ambiental.

A escolha de tais estabelecimentos de segunda-mão como objetos de estudo e análise é resultado de motivações capitais, tendo em vista grandiosos retornos financeiros (a níveis bilionários) a partir de um redirecionamento no momento de compra (MACHADO et al., 2019), e socioambientais, dando importância ao encaminhamento correto dos descartes para ressignificações que paralelamente freiam o fim de recursos naturais. Posto isso, ainda tem-se o consumo de segunda-mão como forma de expressão das mais recentes gerações, Millennials e Z, as quais em sua maioria são desprovidas de preconceitos e opiniões terças sobre o vestuário garimpado em tais estabelecimentos. Obter personalidade e exclusividade vindas de uma peça ou acessório ganham novos significados e um maior aproveitamento, sem contribuição poluente e/ou irregular.

### 1.3 OBJETIVOS

#### 1.3.1 GERAL

Avaliar a eficiência dos brechós, como vertente da economia circular, sendo uma opção de consumo responsável.

#### 1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contextualizar o histórico dos brechós no Brasil e no mundo
- Analisar a importância dos brechós como vertente da economia circular
- Associar o brechó com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

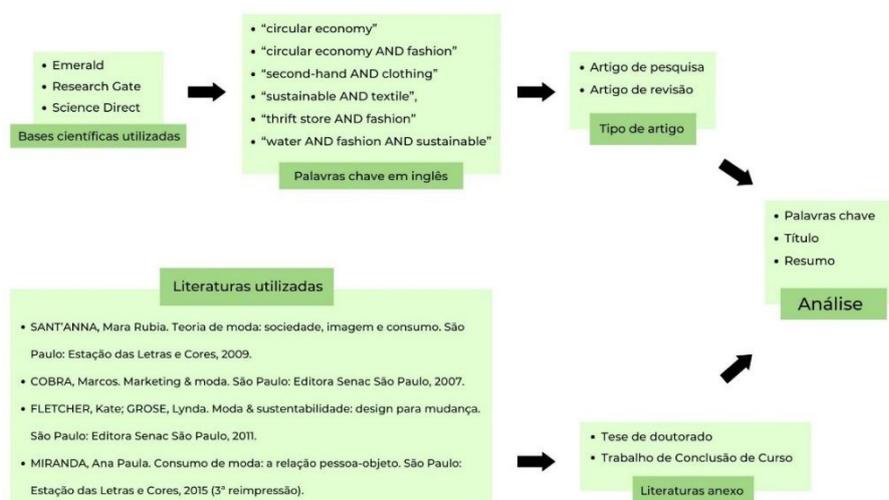
- Avaliar o comportamento das gerações Millennial (Y) e Z em relação ao uso de Brechó em SC

#### 1.4 METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica nos livros “Consumo de Moda: A relação pessoa-objeto”, da autora Ana Paula de Miranda; “Moda & sustentabilidade: Design para mudança”, de Kate Fletcher e Lynda Grose; “Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo”, obra de Mara Rúbia Sant’Anna; e “Marketing & moda”, do autor Marcos Cobra.

Combinações de palavras chave em inglês (língua universal do meio científico), como “*second-hand AND clothing*”, “*circular economy*”, “*circular economy AND fashion*”, “*sustainable AND textile*”, “*water AND fashion AND sustainable*” e “*thrift store AND fashion*” foram utilizadas para buscas nas bases de dados científicos Science Direct, Emerald e Research Gate para o aprofundamento técnico e científico nas pautas de sustentabilidade e economia circular. Critérios de inclusão e exclusão foram utilizados no momento da pesquisa para que as leituras selecionadas fossem compatíveis com a proposta do estudo. A Figura 1 exemplifica o método utilizado para a seleção dos artigos de pesquisa para esta revisão.

Figura 1. Exemplo do método utilizado para a seleção das literaturas.



Fonte: autora.

Com relação aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – ODSs-, foi analisado o site da Organização das Nações Unidas (ONU), em específico os 17

objetivos incluídos na agenda 2030 da organização. Dentre as 169 metas, escolheu-se como final seleção os ODSs de números: 8 (Trabalho decente e crescimento econômico) e 12 (Consumo e produção responsáveis), pois integram conexão com as concepções envolvidas no consumo de segunda mão.

Destaca-se que para uma compreensão maior do tema, realizou-se também um questionário com pessoas com idade de 20 a 40 anos, e tal faixa etária encaixa-se, de acordo com o poder aquisitivo, como de classe média. No questionário, foram coletados dados primários de campo, e o mesmo foi aplicado de forma online através da plataforma do Google Forms.

## 2. O CONSUMO DE BRECHÓS NO SÉCULO XIX: SURGIMENTO DOS ESTABELECIMENTOS VOLTADOS À SEGUNDA-MÃO

Em meio à condições insalubres e de exploração trabalhista, entre crianças, jovens e adultos, como pode-se observar na Figura 2, obteve-se o engrandecimento da indústria têxtil inglesa, através da utilização e ressignificação do algodão, para compor peças da alta sociedade, e não mais somente artigos domésticos. Estampas e novas modelagens alavancaram a procura e o desejo por peças constituídas pelo tecido de fibras naturais, que conseqüentemente resultou na mecanização dos processos de produção.

Figura 2: Condições trabalhistas que exploravam a mão de obra infantil.



Fonte: Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/revolucao-industrial-inglesa/> . Acesso em 10/06/2021.

[...] no período pós Revolução Industrial, a moda de segunda mão passou por um declínio significativo, devido ao excesso de produção das indústrias, a facilidade de acesso aos produtos novos e as campanhas publicitárias que enalteciam o consumo e hiperconsumo [...] (MARTINS, 2018, p.15)

A confecção tecelã em grande escala, e de maneira padronizada, nos anos de 1760 até meados de 1840, inicia inserção no mercado de moda, disputando a clientela fiel de alfaiates e costureiras<sup>9</sup> (FERRAZ, 2016). De ora em diante, quem toma posse do prestígio de modismos é o recém império de Napoleão Bonaparte, que ansiava gerar um maior consumo têxtil no território francês, roborando para ampla divulgação

<sup>9</sup> Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/revolucao-industrial-e-a-industrializacao-do-vestuario-onde-a-funcao-encontrou-a-moda/> . Acesso em 09/06/2021.

de moda no país afora, uma vez que, como aludido, os ingleses ditavam trajes de influência (CARVALHO, 2009).

Equiparável recorte de tempo, a indumentária da época, a qual fazia o uso de tecidos quentes como lãs, feltro, veludos, flanelas e até mesmo peles, por exemplo, ausentava simples funções motoras e sanguíneas (PRADO, 2019). Os modismos seguiam sistema europeizado do século XIX em pleno momento Neoclássico, mesmo que em terras americanas de clima tropical; e como forma de distinção social, as vestes envolvidas em tramas nobres e o excesso de adornos comunicavam, por parte da elite, o almejo de pertencimento e aproximação da corte. As vestes românticas trazidas do Velho Mundo eram como produtos da divisão de classes<sup>10</sup> (Ibidem).

A nível exterior, em anexo aos ideias de evidência à moda da França, eis que dá-se uma revolucionária forma de apresentação das tendências vigentes à época. A delicadeza e a exclusividade, própria para elite, que atraem e despertam o desejo por uma nova peça<sup>11</sup> (Ibidem), enunciam a Alta Costura - haute couture.

Foi em meados do ano de 1850 que o costureiro inglês (atuante na capital Paris) Charles Worth data o princípio das surpresas sazonais, em razão desse inédito estilo de fazer e consumir tendências. Worth personifica, de maneira singular, a origem da dependência social perante o consumo, que em elevadas proporções, fomenta submissão coletiva, para com símbolos de status (MIRANDA, 2008, p.99). Aclamado após criações ao império francês, é por volta de 1870 que Worth expande sua fama para mulheres fora dos círculos da corte<sup>12</sup> (KRICK, 2004).

Realocada como cerne de influência ocidental, a pátria francesa exhibe ao Brasil conteúdos de moda, como revistas e tecidos, que diferentemente de décadas anteriores, serão inspiração para modistas e alfaiates brasileiros reproduzirem modelos em acordo com o clima tropical, contrariamente às cópias descabidas voltadas às atmosferas temperada inglesa e francesa<sup>13</sup> (DENISE PITTA, 2011). Os portos das metrópoles carioca (da antiga capital brasileira) e paulista encaminhavam tais insumos ao comércio têxtil – ateliês -, que com as recentes máquinas de costura,

---

<sup>10</sup>Ibidem.

<sup>11</sup>Ibidem.

<sup>12</sup>Disponível em: [https://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd\\_wrth.htm](https://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd_wrth.htm) . Acesso em 22/05/2021.

<sup>13</sup>Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/identidade-brasileira-na-moda-anos-1910/1372/> . Acesso em 09/06/2021.

ou tradicionalmente a mão, produziam e concebiam vida aos glamurosos tecidos importados de mulheres da aristocracia (PRADO, 2019).

Em paralelo ao crescimento da indústria britânica, e portanto diminuição do consumo de segunda mão, em território brasileiro a troca de peças e artigos instaurava-se nos mascates, palavra originada por parte dos donos de engenhos de Olinda<sup>14</sup> (PIMENTEL, 2016). Observe na Figura 3 o registro de como eram tais vendedores ambulantes, junto de suas mercadorias.

Figura 3: Mascate na cidade do Rio de Janeiro, no século 19.



Fonte: Disponível em: <http://www.obrasilcoms.com.br/2014/03/ambulantes-por-marc-ferrez/> . Acesso em 10/06/2021.

Na cidade do Rio de Janeiro, um desses mercantes, com nome de Belchior, iniciou a comercialização de objetos já usados. Ao longo de suas vendas, e reconhecimento por parte da comunidade, inaugura-se a “Casa do Belchior”, em seguida nomeada de “brechó”<sup>15</sup> (FERPE, 2018), atual e conhecida denominação de um negócio de moda voltado para a venda de artigos de vestuário de segunda mão (ALVES; YAMIN; SALLES, 2014).

<sup>14</sup> Disponível em: <http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/component/content/article?id=8746:a-nobreza-da-terra-e-os-mascates> . Acesso em 09/06/2021.

<sup>15</sup> Disponível em: <https://danielaferpe.wordpress.com/tag/historia/> . Acesso em 22/05/2021.

Por pouco mais de trezentos anos, o ato de envolvimento numa peça, em território nacional, fora reflexo estrangeiro, sem adaptações aos ares brasileiros. Anteriormente persuadida pela Inglaterra (antiga principal potência industrial), a moda de imigrantes portugueses convergia-se às modelagens neoclássicas e vitorianas - frisadas pelo recato e imposição dos trajes mulheris (CARVALHO, 2009).

Chegado o final do século XIX, data-se, em alguns anos seguintes, a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), a partir da qual ocorre a desestrutura de economias e mercados ao redor do globo, tendo como consequência a escassez de insumos. A maior parte do comércio e serviços eram ministrados por figuras masculinas, tendo em vista uma sociedade de cunho patriarcal, em âmbito global, em anexo com a ostentação, ditando o belo para um novo século.

Longos vestidos e bufantes mangas ficavam sob as cinturas femininas, em formato ampulheta; enquanto corpos masculinos eram envolvidos por ternos de modelagem reta - expressando racionalidade - a riqueza e apreço pela família eram adjetivos utilizados para a descrição de vestes mulheris<sup>16</sup> (Ibidem) na chamada Belle Èpoque (1871 – 1914). Como citada, ocorria a carência de insumos nas cidades por conta da guerra, a qual detinha prioridade de recursos; todavia, a economia não poderia cessar-se.

Atividades associadas à força braçal e maior racionalidade, tendenciosas para o masculino, ficam sob inspeção e controle feminino; e para tais ações, as mulheres, e suas pomposas peças, precisaram dar espaço a uniformes funcionais e condizentes as atividades que necessitavam ser realizadas (PRADO, 2019). As figuras femininas do referido período fizeram do pouco o sustento, e de modo gradual essas substituições passaram a possuir composição têxtil mais acessível e reutilizada. Observe a Figura 4, a qual reforça tais menções relacionadas as radicais mudanças no vestuário feminino em momento de guerra e escassez.

Figura 4: Ofícios femininos durante os anos da Grande Guerra.

---

<sup>16</sup> Ibidem.



Fonte: Disponível em: <https://projetocolabora.com.br/ods12/sutia-calca-jeans-maquagem-a-quarentena-sera-a-queda-de-alguns-costumes/> .  
Acesso em 02/06/2021.

Em comparativo, e correlação, o Brasil, assim como muitos outros países, teve de prospectar independência na cadeia produtiva têxtil, a qual já mantinha-se em atividade manufatureira para a confecção de vestimentas a escravos, desde os anos de 1800. A constituição de indústrias têxteis brasileiras no novo século desloca-se para regiões afastadas dos centros urbanos (anteriormente grandes eixos manufatureiros do país).

O poder de compra emerge nos espaços mediocráticos, constituintes dos mais de 17 milhões de cidadãos brasileiros (PRADO, 2019), os quais transfiguram-se de maneira efervescente; era de vontade coletiva a aceitação social para consigo e com terceiros (SANT'ANNA, 2007, p.15). Ainda em contexto nacional, o Brasil encontra-se em processo de emancipação do reflexo à cultura francesa. O comércio de varejo entra em momento de prosperidade nas décadas de 1930 e 1940, atentando a procura por uma identidade de moda brasileira, no entanto, em razão do encontro de origens étnicas, a indumentária brasileira sempre mostrou-se diversa<sup>17</sup> (TRAMEIRAS, 2020)

A vista disso, o café, principal referência do território nacional na época, foi pilar para a investida em uma moda a nível exterior, em paralelo a conceitos de valorização regional para a prospecção de novas coleções vinculadas ao grão (PRADO, 2019).

<sup>17</sup> Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CDPrEkdnO1V/>. Acesso em: 20/05/2021.

Com o fim dos decênios mencionados, o desdobramento frente à moda brasileira opta pela escolha de tecidos com feitiço nacional – linho, cambraia, algodão -, tão bons quanto os similares estrangeiros (PRADO, 2019).

Em constantes variáveis sociais e políticas, ocorreram mudanças no período subsequente pós Segunda Guerra Mundial, as quais detinham natureza tanto absoluta. A moda, de natureza expressiva e simbólica (GARCIA e MIRANDA, 2005, p. 21), transfigurou-se a partir das novas maneiras de consumo (SOUZA; EMIDIO; FÁTIMA, 2015) junto das diferentes formas de relação para com o vestuário.

O Brasil, ainda que vinculado aos francesismos, evoluía gradativamente suas singularidades através de outros simbolismos de grande referência nacional (PRADO, 2019), todavia, dando ênfase às circunstâncias de natureza social – incluindo o contexto brasileiro ascendente à ditadura militar - é de valor fazer alusão à imagem de Zuzu Angel<sup>18</sup> (Zuleika Angel Jones), estilista nacional de reconhecimento internacional, tanto por suas originais criações - voltadas à uma identidade própria - assim como também pela luta contra a opressão na época da Ditadura Militar Brasileira<sup>19</sup> (RODRIGUES, 2021).

[...] Exceção deve ser feita à estilista Zuzu Angel (Zuleika Angel Jones, 1921–1976), cujas criações implicaram buscas por estéticas próprias e desvinculadas das tendências francesas; mais que isso, ela fez uma moda de contestação política que se tornou referencial em seu trabalho [...]. (PRADO, 2019, p.84)

E concomitante à expansão têxtil, em âmbito global, o mundo experimenta um movimento pendular. Uma faísca, por parte da nova geração, em desejo por um não silenciamento em seus pontos de vista modernos, envolve esses jovens em atos de oposição, em necessidade de contestar o já em conformidade.

[...]Não foi programado que este grupo iria apresentar elementos de rebelião e de contestação – a ideia era justamente tornar a juventude um padrão de excelência de uma sociedade conformada, facilitando a criação de valores conservadores, em particular para o consumo capitalista propriamente dito [...]. (BIAGI, [s.d], p. 104)

---

<sup>18</sup> Zuzu Angel foi uma estilista brasileira reconhecida por suas criações originais, voltadas à inspirações regionais, junto do uso de materiais até o momento incomuns para a moda da época.

<sup>19</sup> Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/amp/noticia/45-anos-da-morte-de-zuzu-angel-um-dos-maiores-nomes-da-moda-brasileira-e-da-luta-contraditadura-militar/> . Acesso em: 10/06/2021.

O jovem, de acordo com o meio que encontra-se inserido, irá moldar-se em tal ambiente (RAMOS, 2009), e num decênio de tamanhas discussões envolvendo matérias sociais, - movimentos estudantis, feminismo, racismo, orgulho LGBTQIA+ -, políticas – guerras, ditaduras, revoluções - e econômicas – crescimento capitalista - , a mencionada geração é vista como impulsora de comportamentos contrários aos padrões pregados em vigência (BIAGI, [s.d.]). Diante de uma evolução nos meios de mídia e cultura, além de alterações governamentais, como no Brasil a título de exemplo, a juventude setentista encontra-se num momento de fuga da realidade (CIDREIRA, 2008).

Os anos de 1970 foram marcados pela contradição jovem perante a sociedade vigente. A moda, com sua nova vertente – o consumo de segunda mão -, obteve papel de grande relevância no quesito contracultura, pois a indústria seriada já começava a ser envolvida de questionamentos (BÔAS; LEMES, 2012). No decurso dos anos, a aquisição de artigos (dentre os quais de vestuário), de segunda mão expandiu-se por motivações ambientais, de tal forma que, através da comunicação midiática investigativa e transparente, deu-se o conhecimento populacional a cerca da carência de cuidados para com a ambiência.

A sentença *unissex* (sexo único, em tradução nossa) instaura-se no âmbito *hippie* - corrente social que desejava escape do espaço físico, institucional e lógico deste mundo ocidental -. Era reivindicada a individualidade coletiva, isto é, uma expressão, através do vestuário, que comunicava ao outro singularidades de determinados grupos ou pessoas<sup>20</sup> (Ibidem).

As Figuras 5, 6 e 7 representam o início da aparição dos primeiros brechós brasileiros vinculados a uma atividade capital, como nova forma de geração de renda, além da fuga de modismos em meio a uma década de experimentos, em contraposição aos padrões ditos consumados até a vigente época.

Figuras 5 e 6, respectivamente: “Ao Belchior”: brechó símbolo na cidade de Porto Alegre

---

<sup>20</sup> Disponível em:

[http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/503/1/AP\\_CODEM\\_2012\\_1\\_6.PDF](http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/503/1/AP_CODEM_2012_1_6.PDF)



Fonte: Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/almanaque/noticia/2019/07/um-dos-primeiros-antiquarios-de-porto-alegre-tera-todo-o-seu-acervo-leiloado-as-cegas-cjyoy91k705we01mse06wb3gs.html>. Acesso em 25/05/2021.

Figura 7: “Malé de Lixo”, brechó carioca de Maysa Matarazzo, 1970.



Fonte: Disponível em: [http://imperioretro.blogspot.com/2016/01/a-origem-dos-brechos\\_18.html](http://imperioretro.blogspot.com/2016/01/a-origem-dos-brechos_18.html) .  
Acesso em 25/05/2021.

A função da moda é de atribuir aos objetos um valor simbólico que, adequado com as referências culturais da sociedade, vai permitir ao consumidor a afirmação de sua personalidade[...]" (SANT'ANNA, 2007, p. 91)

No entanto, o estigma que envolve a experiência em brechós culminou em preconceitos, datados desde a época de atuação do escritor Machado de Assis, como em trecho da obra "Ideias do Canário", de 1889

"[...] Escapei saltando para dentro de uma loja de Belchior [...]. A loja era escura, atulhada das cousas velhas, tortas, rotas, enxovalhadas, enferrujadas que de ordinário se acham em tais casas, tudo naquela meia desordem própria do negócio [...]" (BÔAS e LEMES, 2012, p. 13, apud ASSIS, 2012)

Outras antipatias que beiravam, e ainda envolvem os estabelecimentos de segunda mão, possuem índole de desinformação relacionadas à sujeira e superstições, como exemplo.

Em território brasileiro, com o fim da ditadura, o segmento musical ganha impulso e os músicos passam a se expressar de forma mais direta, materializando discursos com referências a configuração política de até então. Rasgos e sinais de destruição nos tecidos são de expressão das ramificações da contracultura como forma de comunicar ao exterior indignações e particularidades de si, as quais, na maioria dos casos, eram diferentes dos padrões vigentes da época (BIAGI, [s.d.]).

Tais intervenções nas roupas, no contexto mencionado, em certas ocasiões não eram visualizadas de um prisma ecológico, vinculado a preocupação com descartes (MACHADO et al., 2019), em resultado de uma propagação de moda seriada. Todavia, o ato de modificação têxtil autoral, por meio das alusionadas ranhuras ou ainda tingimentos caseiros, encaixa-se na mencionada oposição as regras sociais da época, gerando assim, um rompimento de submissão de comportamentos. (ALVES; YAMIN; SALLES, 2014).

Sem ideais capitais para projetos com propósitos de propagação de vestes repaginadas, e ecológicas, grande parte da geração X - oitentista -, desenvolveu-se com princípios de afastamento das preocupações de natureza ambiental. Assim sendo, o descarte de peças manteve-se até um ponto de conversão, o qual tornou-se notória e viável a comercialização, e geração de renda, de tais peças já utilizadas. O comércio de peças de segunda mão.

### 3. ANOS DE 1990 E A VIRADA DO MILÊNIO: O ADVENTO DA INTERNET COMO IMPULSOR PARA O CONSUMO NOS BRECHÓS

A década de 1990 inaugura-se com dois adventos de suma importância. O sistema World Wide Web foi ao ar para funcionalidades diversas <sup>21</sup> (RC, 2020); e em adjacência à menção, os professores David Pearce e Kerry Turner (professores) publicam o artigo que introduz a correlação entre economia e meio ambiente (MOTTA, [s.d.]), instaurando-se assim, o conceito de economia circular.

O processo de ressignificação de vestes de segunda-mão, através dos brechós, possuía pouca visibilidade, como já dissertado, tanto por seu público-alvo – que em contextos de recessão direcionava-se às compras de menor valor capital -, quanto em detrimento ao preconceito vigente a peças de vestuário já utilizadas e de vivência.

Até o presente período noventista, era aberta a loja Crossroad Trading<sup>22</sup>, em território norte americano, voltada para a comercialização - compra e venda -, de artigos de segunda mão. As Figuras 8 e 9 ilustram, respectivamente, a primeira loja da rede e uma das mais antigas logomarcas do brechó. A atitude do estabelecimento entra em contradição o comércio têxtil tradicional<sup>23</sup> (CT, 2021).

A loja atendeu, e ainda atende em suas diversas lojas em regiões norte americanas, públicos dos mais diversos propósitos e gostos. Baixo custo capital, causas ambientais, nostalgia, e autenticidade exemplificam motivações para a compra de segunda mão.

Figura 8: Matriz da rede Crossroad Trading, 1991, São Francisco (CA).

---

<sup>21</sup> Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/historia-da-internet/>. Acesso em 14/06/2021.

<sup>22</sup> Estabelecimento de segunda mão inaugurado no ano de 1991, em território norte americano. O mesmo compartilha em suas redes sociais a importância da reutilização de peças de roupa para um maior ciclo de vida têxtil, reduzindo descartes.

<sup>23</sup> Disponível em: <https://crossroadstrading.com/about-us/>. Acesso em 19/06/2021.



Fonte: Disponível em: <https://crossroadstrading.com/location/san-francisco-fillmore-street/> .  
Acesso em 25/05/2021.

Figura 9: Uma das primeiras logomarca do brechó Crossroad Trading.



Fonte: Disponível em: <https://fillmorestreetsf.com/shopping/resale-shops/crossroads-trading-co/> .  
Acesso em 25/05/2021.

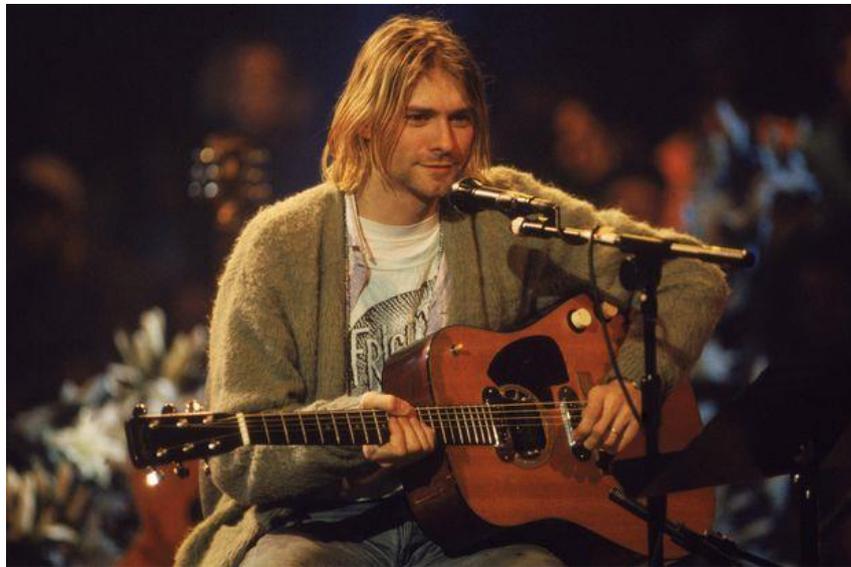
Abrangendo tal adjetivo para composições ímpares, o corrente contexto vivenciava um desprendimento, por parte jovem, de concepções engessadas, e assim sendo, os estilos *rock*, *heavy metal* e *punk* conquistavam cada vez mais espaço entre

os jovens, já saturados de conformidades. Comunicar-se de uma maneira não verbal, somente através de simbologias têxteis, ou de acessórios, é considerado o modo mais subjetivo de troca de informações. (SANT'ANNA, 2007, p.15). A moda, para essa era possuía como ação, o ato de contestar.

Kurt Cobain<sup>24</sup>, figura internacional de destaque do mundo artístico, apresentado na Figura 10, traz à tona predicados de um movimento musical – e comportamental – alusivo ao descontentamento jovem à vista da sociedade capitalista, em larga ampliação. Sempre vestido no estilo *grunge*, que em tradução significa 'sujeira', o cantor era referência quando imaginada uma rebeldia perante à sociedade. Tal forma de agir e vestir-se transformou a moda mundial, tanto pela rebeldia contraditória aos vigentes padrões, assim como também por inspirar estilistas das mais diversas marcas a trazerem o estilo urbano para as passarelas (SATURNO, 2017).

O modo de vestir, considerado como "estilo sujo" era composto por calças rasgadas, xadrez, flanela, largo, despojado ou utilizando de sobreposições sem qualquer preocupação com alguma ditadura imposta pela moda, os cabelos sujos e ensebados, sem nenhum cuidado. (SOUZA et al., [s.d.]

Figura 10: Cantor ícone *grunge* da década de 1990, Kurt Cobain.



Fonte: Disponível em: <https://www.wsj.com/articles/why-kurt-cobains-90s-cardigan-is-trending-as-wfh-style-11609877238> . Acesso em 10/06/2021.

<sup>24</sup> Kurt Cobain, considerada uma das figuras mais icônicas da música, foi vocalista e guitarrista da banda Nirvana. Fez sucesso durante sua curta carreira, em razão da precoce morte, com o estilo Punk rock. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/10-curiosidades-sobre-kurt-cobain-que-voce-provavelmente-nao-sabia-lista/>. Acesso em 15/06/2021.

Em tempos de inovações têxteis e lançamento de grifes, o referenciado vocalista da banda Nirvana, quando perguntado em entrevista sobre não poder comprar a felicidade responde (de modo traduzido e resumido)<sup>25</sup>

“É, você não pode comprar felicidade. [...] Eu olho para trás e vou à lojas de segunda mão [...] e encontro um pequeno tesouro. [...] é mais especial para você do que ter mil dólares e ir numa loja [...] não é tão especial.”.  
(VINTAGE, 2016)

Imagem de representatividade para apreciadores das melodias que refletiam a vida nas cidades, indignações e a ausência de compreensão (SOUZA et al., [s.d.]), a conduta social do cantor, de tamanha influência, atrai visibilidade aos brechós, e aos garimpos dos mesmos, expondo o conceito de que, para um visual político - isento de modismos e tradicionalidade -, basta um pequeno investimento para diferenciar-se nos meios cosmopolita, de massificação fashion.

Já versada, a internet impulsionou a originação de novos negócios, de jeito *online*, e num curto intervalo de tempo surgem sites de natureza leiloeira, tal como o *eBay*<sup>26</sup>, o qual concede a usuários o ato de comprar e vender produtos a qualquer momento (KRISHNAMURTHY, 2004).

No que tange a multiplicidade de elementos leiloados no site, peças de vestuário e acessórios – atrelados à simbologia consumista como modo de expressão no meio social (MIRANDA, 2008, p. 99) - ganham visibilidade. Por tratar-se de um leilão online, há vinculação com o âmbito subjetivo que envolve o ato do “garimpo” – vocábulo trivial nos espaços de segunda-mão em referência à exploração de pedras preciosas (SIQUEIRA, 2017) – , pois para além de visualizar determinado artigo, como objeto banal, tem-se a abstrata sensação de compartilhar evidências próprias a partir de uma composição de vestuário (GARCIA e MIRANDA, 2005 , p.21). Observe que nas Figuras 11 e 12 é feito o comparativo da página inicial do site *eBay* desde a criação da simbólica logomarca, no ano de 1999, aos dias atuais.

Figuras 11 e 12, respectivamente: *Home page* (página inicial, em tradução nossa), do site *eBay* (1999 e 2019)

<sup>25</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=TJLUa3QjZOs>. Acesso em 15/05/2021.

<sup>26</sup> Plataforma de compra e venda de produtos *online*, originada nos anos de 1990 junto do advento da internet. Disponível em: <https://tecnoblog.net/396899/o-que-e-ebay/>. Acesso em 15/06/2021.



Com a virada do milênio (1999-2000), literaturas de ordem socioambiental iniciam abordagens relacionadas ao consumo de segunda mão, em suas ramificações, abrangendo os brechós. A estilista e consultora brasileira Christiana Francini, referencia, na obra “Segredos de estilo: um manual para você ficar bem”, do ano de 2002, os brechós como elementos de diferenciação (BITTENCOURT, 2013), os quais possuem quase que total correlação com o mundo jovem, em resultado de contestações e almejo por modificações estruturais<sup>27</sup> (Ibidem).

Contemplando ainda a predileção jovem para com o consumo de segunda mão, em oposição as compras seriadas, as autoras Ana Cleia Christovam Hoffmann e Julia Nogueira Hernandez, possuem estudos que envolvem a influência das gerações Y (1980 – 1994) e Z (1995 – 2010) no impulso e crescimento de aquisições em brechós<sup>28</sup> (Ibidem).

[...] o consumo de roupas de brechó é um indicativo de que a nostalgia seria uma tendência de comportamento dos jovens da Geração Y, nascidos a partir de 1978 e caracterizados pela educação mais sofisticada do que as gerações anteriores, [...], conciliando o consumo das novidades propostas pelo mercado e de itens de décadas passadas, performatizando e combinando diversos elementos que irão garantir exclusividade aos seus modos de vestir. (BITTENCOURT, 2013, p. 10)

Outro fundamento para além do encontro com singularidades próprias a partir de um artigo de moda (BÔAS; LEMES, 2012), é a procura por precificações inferiores ao mercado, a qual repetiu-se historicamente por vezes em cenários mundiais, como guerras e recessões econômicas.

O comércio de segunda mão sempre esteve presente no mercado<sup>29</sup> (HTS, 2020), abrangendo não somente os afetados por motivações políticas, mas aqueles que sempre pouco possuíram. Ainda que antes de capitalista, o interior humano, no tocante ao imaterialismo, já portava em si atitudes de ambição, egoísmo e hedonismo.

Em meio ao preconceito que possuíam por razões energéticas, espirituais e de afastamento do “eu” perante as problemáticas socioambientais (BÔAS; LEMES, 2012), o consumo em brechós não cessou-se nos anos de 2000.

---

<sup>27</sup> Ibidem.

<sup>28</sup> Ibidem.

<sup>29</sup> Disponível em: <https://hazelsthiftshop.wixsite.com/hazelsthiftshop/single-post/2018/03/15/the-history-of-thrift-shops> . Acesso em 15/05/2021.

Em oposição ao engrandecimento de grifes, aos desfiles *prêt-à-porter* estrelados por super modelos, e o aparecimento “inocente” das atuais grandes redes de *fast-fashion*, no ano de 2002 surge em território japonês o termo e movimento *Slow Life* (vida devagar, em tradução nossa), a fim de levantar o questionamento perante um estilo de vida simples e de militância a favor de propósitos socioambientais (SOUZA; EMIDIO; FÁTIMA, 2015).

A cidade de Kakegawa, em influência a conscientização ambiental, como pauta de indagações iniciadas na década passada (1990), expõe a âmbito global uma análise em massa (CONTI; OURIVES; FIGUEIREDO, 2017) à frente de uma sociedade que iniciava processo de dependência e mitologia ao consumo e suas experiências (MIRANDA, 2008, p. 49).

O ano de 2004 datou ascensão ao consumo de fast fashion. Com o crescimento do PIB (Produto Interno Bruto) de países de influência econômica como Estados Unidos e Japão, o território brasileiro encontrava-se em posição favorável a exportações e poder de compra por parte dos cidadãos. Para o cenário da moda seriada, as redes H&M e Zara, figuras chave e de impacto quando tratados produção e consumo desenfreados, ampliam o lucro e novas formas de um maior aceleração de produção em razão da efemeridade entre coleções (SHIMAMURA; SANCHES, 2012). A título de exemplo e ilustração, a Figura 13 retrata o massivo consumo nas redes varejistas, sendo o mesmo mais expressivo quando bem definidos marketing e conceitos, estratégias de desejo e fixação da atenção do público.

Figura 13: Lançamento da coleção parceria entre a rede varejista *fast fashion* H&M e o renomado estilista Karl Lagerfeld, 2004.



Fonte: Disponíveis em: <https://www.businessinsider.com/karl-lagerfeld-hm-collaboration-letdown-2019-2> . Acesso em 10/06/2021.

Posto isso, o pêndulo social, já mencionado, direciona-se à sede pela aceitação e novidade como forma de pertencimento ao globo. Em meio a um mundo globalizado, basta a compra de determinado artigo que a entrada e aceitação para outros nichos será realizada (SANT'ANNA, 2007, p. 53). Pressentível, o mercado, em seus mais variados setores, detém altos e baixos financeiros. O ano de 2008 registra queda de grandes bolsas de valores ao redor do mundo, ocasionando consequências a diversos países e ramificações do comércio.

Pode-se dizer que a esfera têxtil dividiu-se em meio ao delicado momento econômico mundial. De um lado tem-se a linha de pensamento - disseminada pelos meios de comunicação midiáticos - relacionada a máxima vivência de experiências (MUNHOZ, 2012), assim atraindo consumidores com simbolismos, a partir de artigos de moda seriados, que reproduzem e conceituam tais sensações (COBRA, 2019, p. 25). Por outro prisma, a compra de peças já utilizadas estendeu-se a realidade global da época, em razão das baixas no mercado de valores<sup>30</sup> (MARQUES, 2020). As Figuras 14 e 15 ilustram a compra em brechós, estabelecimento alternativa no ramo têxtil, em razão da crise econômica vigente.

<sup>30</sup> Disponível em: <http://jornalismojunior.com.br/brecho-do-estigma-ao-hype/>. Acesso em 13/06/2021.

Figuras 14 e 15, respectivamente: Cidadãos estadunidenses realizando compras em brechós, 2008.



Fonte: Disponíveis em: <https://www.nytimes.com/2008/09/10/business/10thrift.html> . Acesso em 09/06/2021.

Mesmo que ainda carente de maiores informações e políticas públicas – de níveis municipal, estadual e federal – a economia circular foi pilar para a geração de renda e empregos através da compra em brechós numa cadeia positiva, buscando por maiores ciclos de vida das peças, abrindo espaço para ressignificações com a mesma, não sendo necessário adquirir novos artigos pertencentes ao varejo (ALVES; YAMIN; SALLES, 2014).

#### 4. BRECHÓ COMO VERTENTE DA ECONOMIA CIRCULAR

Status e posses materiais podem falar através do “eu” para com o público, seja de maneira correta ou não. Peças de roupas e marcas, por exemplo, contextualizam – e vendem - histórias que, quando lembradas, referenciam-se às mesmas (MIRANDA, 2008, P. 49). De fato, entre os montantes de peças produzidas diariamente, as quais encaminham-se aos armários de consumidores, são encontradas identidades. Identidades essas, que são a forma subjetiva de expressão do eu, por meio do físico e material, o vestuário.

Fornecedora de artigos necessários para o cotidiano, pelas mais diversas motivações (PROVIN et al., 2021), a indústria têxtil direciona-se para cenários de difíceis reversões futuras; tendo como título de exemplo internacional, o continente europeu descarta anualmente US \$ 400 bilhões em peças<sup>31</sup> (Ibidem). A grandiosa quantia capital é peça integrante do amplo e consolidado modelo de negócio de moda: a economia linear.

Já citado anteriormente, tal modelo industrial seriado iniciou-se no século XVIII (FORTUNA; DIYAMANDOGLU, 2017), porém a proporção que obteria ao longo dos anos não foi calculada, e dessa forma ocorria então, a ampla exploração de recursos naturais, os quais, em meio a concepção humana, eram de disponibilidade para livre e desmedido uso.

Resultante dos lineares processos têxteis, o fast fashion, em sua impressionante rapidez de reproduzir modismos, origina diariamente, em toda a cadeia de moda, quantidades exorbitantes de resíduos, os quais são manejados de maneira ineficiente ou incorreta, impactando e contribuindo negativamente para a degradação da ambiência (CAI; CHOI, 2020a; SANDVIK; STUBBS, 2019).

A partir de demandas mundiais, oficinas têxteis fazem o uso de toneladas de tecidos, os quais quando trabalhados, dão vida as tão desejadas roupas “da moda”. A geração de rejeitos, desde o corte dos grandes enfiados até as dobradas peças nos corredores das lojas varejistas, culmina para a contínua propagação da concepção de que a moda possui somente função de massivas produções em série de vestes descartáveis.

---

<sup>31</sup> Ibidem.

Tal termo “descartável”, atrelado à moda, pode ser adjetivo do atual vestuário, pela seguinte motivação: estejam em estoque, expostas, ou mesmo já vendidas, essas peças - em processo linear e eliminando a possibilidade de serem repassadas ou reutilizadas – serão direcionadas a locais impróprios, como a título de exemplo, os já referenciados aterros. Observe a Figura 16, cuja ilustração reflete os “inocentes” descartes incorretos, os quais a níveis municipal, nacional e global, contribuem, de maneira danosa, ao meio ambiente.

Figura 16: Peças descartadas sem o correto manejo, cidade de Criciúma, Santa Catarina.



Fonte: Disponíveis em: <https://tnsul.com/2018/geral/roupas-sao-descartadas-em-rua-de-criciuma/attachment/lucas-colombo-roupas-jogados-na-rua-no-lixo-deposito-ilegal-sao-sebastiao-27/> . Acesso em 09/06/2021.

A cadeia de suprimentos da moda é uma cadeia de suprimentos especializada da indústria têxtil e de vestuário, caracterizada por trabalho intensivo, fabricação, longa cadeia de valor e grau relativamente alto de poluição ambiental em comparação com cadeias de abastecimento em outros setores. (CAI; CHOI, 2020, p. 2)

Doações e o repasse de peças entre amigos e familiares são atos presentes e praticados pela sociedade há tempos; no entanto, tais vestes não possuem aproveitamento total e perfeito como na teoria, logo, são descartadas. Desta forma, a baixa disseminação de informações somada a falta e cobrança de políticas públicas, por parte de órgãos reguladores nacionais e de fabricantes têxteis, a geração de

rejeitos não é cessada, assim como o alto nível de consumo (BÔAS; LEMES, 2012; DO AMARAL et al., 2018a).

A linearidade do modelo de negócio *fast fashion* - o qual entrega ao mercado variadas opções de modismos de maneira efêmera - atrai olhares de consumidores ao redor do mundo (SOUZA; EMIDIO; FÁTIMA, 2015), no entanto como já citadas, as consequências ao meio ambiente vão além dos danos ao solo (lesionado em resultado dos montantes têxteis encaminhados a aterros sanitários sem maiores diferenciações de outros rejeitos sólidos). Os recursos hídricos também possuem alto consumo para o início da cadeia de produção, que quando findada – com pilhas de peças prontas para a venda - não são tratados e direcionam-se novamente à hidrosfera, atingindo diretamente a biodiversidade marinha (CAI; CHOI, 2020), refletida na Figura 17, a qual compreende a poluição hídrica por parte do mercado de moda.

Figura 17: A nociva interação entre o pós consumo têxtil e recursos hídricos.



Fonte: Disponíveis em: <https://www.modifica.com.br/moda-segunda-industria-poluente-sustentabilidade/#.YMqg76hKjIU> . Acesso em 10/06/2021.

Cada vez mais pensa-se numa moda mais prática e equivalente à rapidez que os dias e noites possuem, e para isso, a tecnologia alia-se à criatividade. Com modernas fibras, têm-se o avanço têxtil, o qual origina funcionais roupas com melhores secagem e performance, por exemplo. Porém dado o fim de vida de tal peça – por diferentes motivações – o caminho que a mesma percorrerá é incerto. As possibilidades de destino são diversas, como doações, aterros, margens hídricas,

como em menção; todavia, os ecossistemas não foram preparados – possivelmente não desejam adaptar-se – ao tempo da indústria *fast fashion*.

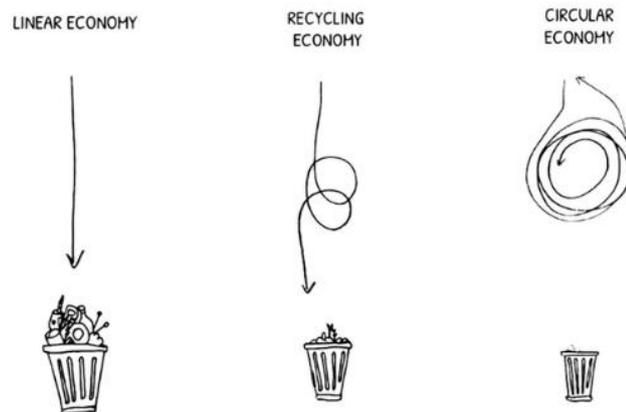
[...] roupas feitas com tecidos sintéticos soltam pequenos fios que acabam se misturando à água - cerca de 700 mil fibras com menos de um milímetro de comprimento, em média, em uma única lavagem doméstica. Os maiores vilões são poliéster, acrílico e náilon<sup>32</sup>. (BBC, 2018)

Prospectar novas maneiras para uma retirada de recursos da natureza menos agressiva, a fim de ter como objetivo a produção têxtil em larga escala, é necessário. E em anexo, o manejo das milhares de peças descartadas diariamente, também precisa ser redirecionado. Visto isso, para contrapor a presente fugacidade que vivencia-se na indústria de vestuário, os brechós, negócios de moda vinculados à compra e venda de artigos de vestuário de segunda mão (ALVES; YAMIN; SALLES, 2014), integram os novos modelos de comercialização na área têxtil; e diferentemente das massificadas produções, embasadas no citado princípio mercantil *take-make-waste* (EMF, 2017), os brechós estão inseridos na concepção de reutilização, estendendo assim o ciclo de vida de artigos de vestuário e os recolocando na cadeia têxtil (SANDVIK; STUBBS, 2019).

Desse modo, obtém-se a chamada economia circular, cujo sistema cíclico é caracterizado por ser fechado, obtendo-se assim, uma prolongação para que tal peça ou artigo findem sua utilidade (BARROS et al., 2021; CAI; CHOI, 2020; PROVIN et al., 2021). Essa maneira, contrária ao que vinha sendo tido como “normal” no meio industrial, é posta como alternativa cabível e passível de implementação para frear as diversas consequências advindas de uma moda sem quaisquer responsabilidade, direcionada somente ao lucro. De modo ilustrativo e lúdico, a Figura 18 faz um comparativo entre as formas de consumo - e pós compra - linear, reciclável, e circular.

Figura 18: Método lúdico de entendimento das formas de consumo no atual mercado de moda.

<sup>32</sup> Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/geral-45777666> . Acesso em 22/05/2021.



Fonte: Disponíveis em: <https://ourgoodbrands.com/benefits-implementing-circular-solutions-fashion/> . Acesso em 10/06/2021.

Para além da essência sustentável, direcionada a uma resignificação de objetos e comportamentos no meio social, a economia circular destaca-se também como fonte geradora de renda local, por vincular-se, em sua maioria, a negócios de pequeno e médio porte, além da inclusão social, por promover o poder de compra à pessoas de menor renda, e ofertar vagas de emprego, sejam para o trabalho físico ou digital.

Os brechós, muito antes das vendas, possuem uma cadeia de seletivos processos de curadoria. Garimpo, higienização e possíveis reparos integram o que pode-se nomear como “etapas de produção”, num sentido comparativo à indústria seriada de moda. E de modo zeloso e detalhista, os brechós vêm avançando em suas vendas, aguçando curiosidade e reflexões perante questões capitais, de identidade, e cooperação socioambiental (HUR, 2020).

#### 4.1 O brechó como potencial redutor de impactos sociais

É perceptível ainda, em ampla escala no meio social, uma correlação do termo “sustentabilidade”, quase que em totalidade, com novas práticas de cuidado e interações com o meio ambiente, somente. Mas é sabido que para além de tais impactos ecossistêmicos, o âmbito social também torna-se pauta quando abordada a economia circular.

Ao longo da evolução humana em sociedade, descobertas científicas, em paralelo a experimentos e explorações de materiais, obtiveram grande relevância para avanços e geração capital no mercado de moda (MENEGUCCI et al., 2015). O progresso têxtil, por um prisma teórico, e sem considerar números e consequências, é positivo e adequa-se às contemporâneas necessidades humanas. Entretanto, a realidade, que traz à tona dados e constatações, implica na tomada de medidas para a contenção de um possível, e quase que previsto, caos social.

Utilizados como forma de expressão do “eu”, satisfazendo prazeres próprios (COBRA, 2019, p. 67), com o externo, os artigos de vestuário encantam diariamente consumidores de todas as idades, gostos e identidades de estilo ao redor do globo (FERRARO; SANDS; BRACE-GOVAN, 2016). Com um aparente encurtamento de distâncias entre culturas, o meio digital propicia interações e o almejo pelo o que há de mais efêmero - os nomeados modismos -, entretanto, para além do fascínio por tendências, as mídias também potencializam a exposição de atos, antes velados, na indústria têxtil.

Condições insalubres de trabalho, baixa, ou ausente, remuneração salarial, e o não reconhecimento de direitos trabalhistas são exemplos de situações ainda registradas em cadeias de produção (BRYDGES, 2021; MOORHOUSE, 2020). A Figura 19 representa essa triste e ainda recorrente realidade em território nacional.

Tais problemáticas são pertencentes a empresas de renome no mercado da moda, as quais são sediadas em países de inferiores níveis de IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), os quais possuem grande parte da população com mínima renda per capita. Dessa forma, mesmo que indignas as condições dos ambientes dos ofícios, a necessidade de exercer atividades comerciais é equivalente à sobrevivência individual e/ou familiar.

Figura 19: Trabalhadores em más condições de trabalho, em meio à produção em massa.



Fonte: Disponíveis em: <https://www.notibras.com/site/industria-textil-e-agropecuaria-abusam-com-o-trabalho-escravo/> . Acesso em 10/06/2021.

O capitalismo, atual sistema econômico vigente em grande parte dos países ao redor do globo, tornou-se cerne para o acesso a bens e serviços; e de maneira semelhante, com o acúmulo e aumento capital, a subjetividade humana reflete o desejo, e necessidade, por mais (COBRA, 2019, p.57). A ideia de que uma pirâmide seja sustentada por uma maioria isenta de privilégios e posses, sintetiza a árdua rotina vivenciada por milhares de pessoas que dependem de montantes de peças para serem costuradas, as quais, da maneira mais breve, devem estar expostas nas diversas redes de varejo, nacionais e internacionais. E ressalta-se que ao topo dessa pirâmide, encontra-se uma minoria, a qual detém para si muito além do preciso.

A constatação de que o meio social ainda mantém-se em segundo plano quando paralelo à sustentabilidade foi obtida após aplicação do questionário desenvolvido para o vigente trabalho, cujo propósito envolve uma melhor compreensão do consumo de segunda mão entre as gerações Y e Z em Santa Catarina.

Nesse sentido, o brechó – vertente socioambiental da economia circular – é referenciado como fonte benéfica geradora de renda local (DO AMARAL et al., 2018), passível de auxiliar moradores com oportunidades de emprego, além do poder de compra, em razão dos acessíveis valores dos artigos. Porém, como mencionado, o

cenário de possíveis colapsos sociais – alimentados por sentimentos de exclusão e indignidade – não foram abordados nas respostas, que em acordo com a Agenda 2030<sup>33</sup> são problemáticas comunitárias com necessidades a serem assistidas.

Considerado agente de modificação e redução de impactos do meio têxtil para com sociedade, o consumo de segunda mão, através do brechós, coincide com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), oriundos da Agenda 2030 da ONU (Organização das Nações Unidas). Em menção anterior, os brechós são passíveis de implementação local, e de tal forma, atendem a moradores das mais diversas intencionalidades e municípios.

A acessibilidade da moda de segunda mão propicia a pessoas de baixa renda, citadas como casos de exemplo no questionário, a experiência física ou digital de aquisição de peças, mesmo que já utilizadas. Quando levantadas questões de identidade, tendo a moda como voz indireta para com o outro, o consumo em brechós instiga a descoberta de estilos e gostos próprios, ato que indiretamente contrapõe-se a modismos do mercado, tendo em vista que o estabelecimento abastece-se de garimpos e doações – que possuem, em casos, menor valor capital em comparação a peças seriadas -, por exemplo, e não de coleções sazonais pré mixadas (BÔAS; LEMES, 2012).

Ainda em alusão a possibilidade de oferecer poder de compra, o consumo de segunda mão pode auxiliar a quem almeja por uma posição no mercado de trabalho, em razão de sua vasta gama de modelagens e estilos (das mais variadas décadas), atendendo a diferentes ofícios e necessidades.

Para além da compra de artigos, que ocasiona na movimentação financeira do distrito ou município, o brechó, por trás de seu produto final, demanda pesquisa, garimpo e curadoria, funções as quais podem empregar e serem delegadas a moradores da comunidade que encontra-se o estabelecimento (DO AMARAL et al., 2018). Nesse sentido, é possível relacionar, como já redigido, o consumo em brechós com o ODS de número 8, o qual centraliza-se em oportunidades de emprego com condições dignas para cidadãos e cidadãs (IPEA, 2019).

## 4.2 O brechó como potencial redutor de impactos ambientais

---

<sup>33</sup> Planos e metas de ações a nível global, definidos na cidade de New York no ano de 2015, para a tomada de medidas por parte de países para a redução de desgaste e exploração de recursos naturais, além do compromisso em garantir dignidade a todos os cidadãos.

Em anexo à produção de artigos de moda em estágio inicial e suas etapas de fabricação, uma vasta exploração de recursos naturais, desde a plantação de fibras têxteis aos exorbitantes litros de água, ocorre de modo desenfreado (MACHADO et al., 2019), denominando o pré consumo, o qual, em sua maior parte do setor têxtil, não é de natureza sustentável.

Em menção anterior, peças de roupas e utensílios têxteis modernizaram-se em paralelo à humanidade, e com isso, novas necessidades, de fato, surgiram para serem atendidas. Entretanto, com tamanhas possibilidades de materiais que propiciam a geração de novos insumos, o mercado da moda, junto do avanço midiático, criou, para além dos produtos, desejos e possíveis insatisfações – antes não incômodas - com o que já possui-se, vendendo ao consumidor final experiências e conceitos, que por diversas motivações externas, necessitam ser sanados por novas peças e acessórios (SANT'ANNA, 2007, p.53).

Para além da poluição já existente no pré consumo, o pós compra também deixa a desejar no quesito consciência para com o meio ambiente, pois quando adquiridos certos artigos é comum, no contemporâneo comércio de moda, a sensação de que, num modo fugaz, os mesmos poderão já estar ultrapassados nas efêmeras tendências (SOUZA; EMIDIO; FÁTIMA, 2015). Um reflexo equivalente à essa ausência de empatia com o ecossistema foi obtido com a coleta de respostas do questionário, o qual demonstrou que os/as questionados/as, em maioria, rodeiam-se de notícias relacionadas à sustentabilidade e compartilham da opinião de que os impactos da indústria têxtil estão expandindo-se em níveis alarmantes.

Enquanto geradora de renda para milhares de brasileiros ao redor do território nacional, geralmente abrindo portas para primeiros ofícios (PROVIN et al., 2021), a indústria têxtil ainda mantém, dentro de seus processos de pós produção e consumo, obstáculos que necessitam de modificações. Entre modernas tecnologias para tingimento de peças e a criação de novos tecidos e aviamentos<sup>34</sup> (Ibidem), a título de exemplo, o mercado de moda, ao longo de muitos anos, foi consolidando-se, e em paralelo, escalando etapas de produção, as quais mesmo que nocivas à ambiência, mantêm-se em vigor. E de maneira lenta, e muitas vezes desacreditada, em razão de tal força e poder mercantil que possui, o mercado têxtil, com seus padrões já fixos

---

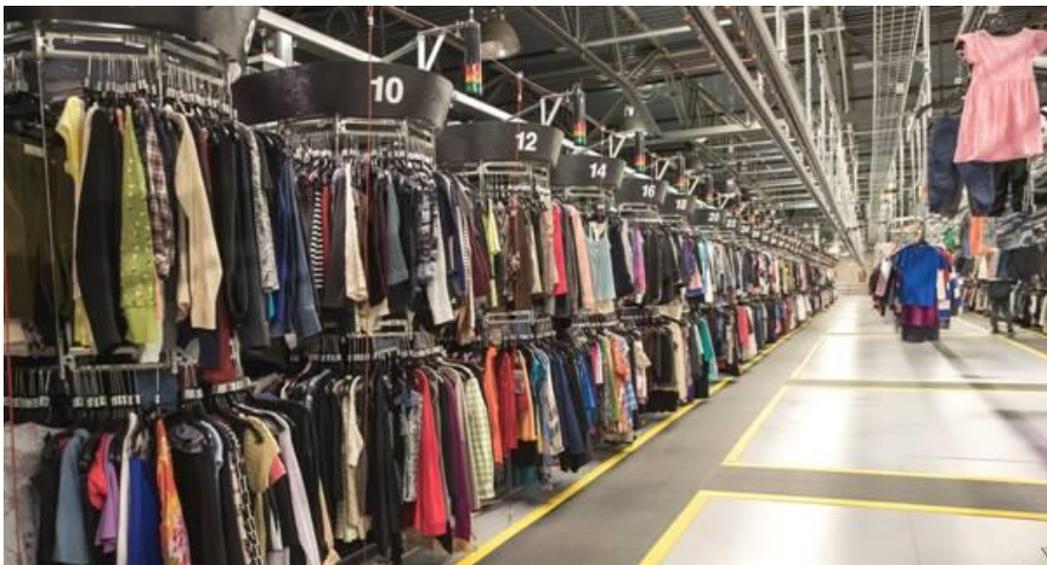
<sup>34</sup> Ibidem.

(KHAN; AHMAD; MAJAVA, 2021), vai moldando-se em acordo com seu consumidor, cada vez mais modificado e suscetível a optar por outros negócios mais humanizados (CAI; CHOI, 2020).

O brechó, como pertencente a uma das vertentes da economia circular, visa que peças e artigos de moda não findem-se, e sim, mantenham efetividade e rotatividade em seus ciclos de vida, evitando assim a evasão para aterros, incinerações ou redes pluviais (BARROS et al., 2021; CAI; CHOI, 2020b). De tal forma, tais estabelecimentos, junto de seus benefícios socioeconômicos, são análogos ao ODS de número 12, o qual centraliza incentivos a comércios locais; os mesmos são enfatizados na meta 12.b – a qual busca promover esses costumes nativos -, para assim haver um alinhamento de proveitos - através da ajuda de incentivos públicos - para ambiência e comunidade (IPEA, 2019; PROVIN et al., 2021).

Mesmo que sem renovações imediatas, como as redes varejistas, o brechó propicia a boa sensação de escolha alternativa, e indiretamente em protesto, ao atual modelo de negócio de moda vigente. A Figura 20 faz menção a tal citação não repetição de modelos de roupas, e sim, à variedade de peças num só local.

Figura 20: Loja de brechó e a gama de peças, modelagens e cores em amostra.



Fonte: Disponíveis em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/brechos-conquistam-cada-vez-mais-adolescentes-e-jovens-veja-dados> . Acesso em 10/06/2021.

Constituindo parte importante do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro - 2% - (PROVIN et al., 2021) , além de movimentações milionárias diárias, a indústria têxtil

nacional, como caso de análise, no ano de 2018 fabricou o equivalente a 5,1 bilhões de artigos de vestuário, tendo como resultado capital o exorbitante número de 50 bilhões de dólares de lucratividade (RS, 2020); e entre os montantes de vestuário e artigos citados, é possível imaginar a quantidade de peças não direcionadas à reutilização ou doação, caindo no ciclo linear de produção, o chamado *take-make-waste* (EMF, 2017).

Redirecionar, reaproveitar e assim, reutilizar (CAI; CHOI, 2020). Essas são palavras de relevância, e até mesmo sinônimos, de quando referenciada a economia circular. O brechó - como elemento de destaque e benefícios de tal ciclo fechado de vida têxtil – contribui para que o fluxo capital do nicho sustentável mantenha-se em movimento, minimizando invasões ao meio ambiental (BRYDGES, 2021).

O garimpo e a curadoria de peças e artigos de vestuário são base para que o consumidor final opte por uma peça de segunda mão, adquirida em brechó, ao contrário de uma pertencente à rede varejista. Dessa forma, a determinação de um público alvo de compra pode ser considerada uma atividade macro, e de eficiência estratégica (BARROS et al., 2021), para engajamento de compradores.

De tal modo, mesmo que sem coleções alinhadas às tendências globais (ALVES; YAMIN; SALLES, 2014), os brechós atraem a atenção de pessoas das gerações Y e Z (SHRIVASTAVA et al., 2021), por duas principais motivações. Cita-se primeiramente a ciência de que peças e artigos, em momento de aquisição, encontram-se em aumento de ciclo de existência, sendo um fator de predominância para que opte-se pelo consumo em brechós. Ademais, a experiência de compra em ambientes envolvidos por épocas (BÔAS; LEMES, 2012), assemelha-se a um ato não verbal de comunicação, expondo ao exterior características e indícios da personalidade de determinada persona (MIRANDA, 2008, p. 99).

Apontada como potencial redutor de resíduos (MACHADO et al., 2019), constituindo o ODS de número 12 – especificamente referenciada na meta 12.5<sup>35</sup> (IPEA, 2019), a economia circular, como inovador modelo de negócio, objetiva – através do brechó - uma reavaliação perante os artigos do mercado têxtil, atualmente vinculados a uma produção seriada (MACHADO et al., 2019), para que o chamado

---

<sup>35</sup> A meta em referência busca conter rejeitos e outros descartes a partir da economia circular, e suas vertentes preventivas, até o ano de 2030.

ciclo de vida do produto não finde-se em aterros ou locais incorretos de destinação de rejeitos. A reutilização, centralizada através do consumo de segunda mão, cessa a linearidade do descarte, aumentando a utilização de tais peças, que conseqüentemente diminuirão a quantidade residual e de exploração ambiental (BRYDGES, 2021; MACHADO et al., 2019). Para mais, a arrecadação capital, por meio do consumo de segunda mão, possui expectativas econômicas de alta lucratividade, podendo arrecadar, na moeda norte americana, o equivalente a US\$ 12 trilhões, através dos novos negócios (BARROS et al., 2021).

De modo ainda expressivo, calcula-se que, até meados de 2025, a compra em estabelecimentos de reutilização atinja o valor de US\$ 64 bilhões de dólares, podendo, até o ano de 2029, ultrapassar o linear modelo de negócio fast fashion (FERNANDES, 2020).

## **5. AVALIAÇÃO DO COMPORTAMENTO DAS GERAÇÕES MILLENNIAL (Y) E Z EM RELAÇÃO AO USO DE BRECHÓ EM SC**

Para melhor compreensão e entendimento sobre o consumo de segunda mão, através dos brechós, realizou-se um questionário de 7 perguntas, sendo dessas 4 perguntas abertas, para livres respostas dos respondentes, e 3 fechadas, com respostas já formuladas para a escolha.

O critério para a escolha do público foi pré determinado em razão da temática envolver o consumo de segunda mão, cada vez mais presente nas gerações mais jovens; e dessa forma, o grupo alvo para a aplicação do questionário limitou-se a integrantes das gerações Millennial – nascidos entre os anos de 1980 e 1994 – e “Z”, os quais nasceram entre os anos de 1995 e 2010. Os dados, referentes ao questionário de natureza primária de campo, foram coletados de maneira online, através da plataforma do Google Forms.

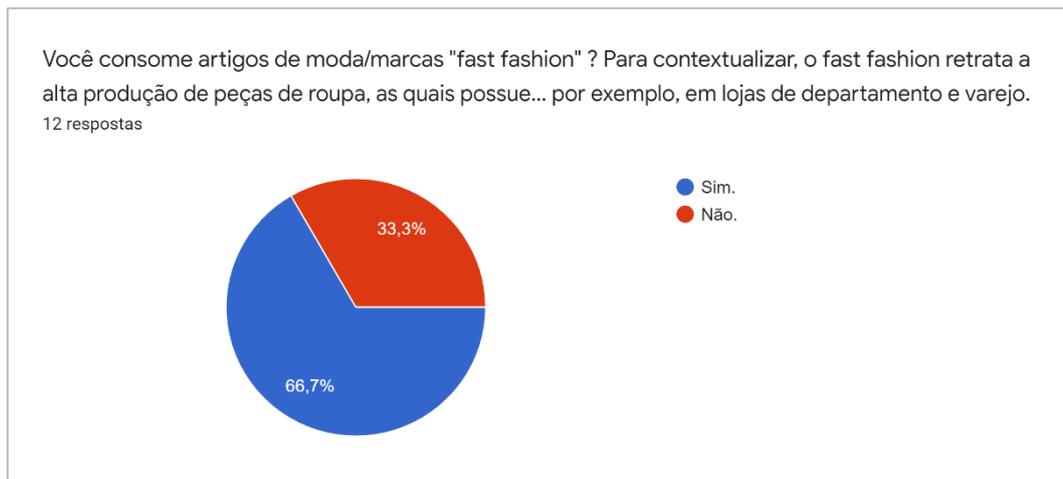
Findado o questionário, o qual recebeu ao total 13 respostas num período de dois dias em aberto, foram verificadas as seguintes constatações:

A primeira pergunta buscou explorar as opiniões dos respondentes perante o atual modelo de negócio de moda, direcionando a questão para pautas social e ambiental. Nas respostas obtidas, os respondedores, em sua maior parte, afirmaram visualizar a indústria da moda como poluente e causadora de degradações ambientais. Para além, também foi dissertada a necessidade de expansão da temática sustentável, no entanto, com tamanha influência sob posse dos negócios lineares, os respondentes mencionam as poucas abordagens da mídia sobre as problemáticas envolventes no mercado de moda.

O segundo questionamento, relacionado ao conhecimento dos respondentes sobre circularidade econômica, foram obtidas respostas semelhantes. O maior número de respostas vinculou-se ao não conhecimento do termo, tendo necessidade de buscas na internet, ou outros meios de comunicação, para compreensão. Já os outros respondedores, confirmaram conhecer a expressão, a qual afirmaram ser relacionada com uma maior rotatividade dos artigos de moda através da reutilização dos mesmos.

Fechada, a terceira pergunta, voltou-se ao consumo de artigos de moda do sistema fast fashion. O objetivo foi compreender se os respondentes, integrantes das gerações Millennial e Z, optam pela compra de produtos pertencentes às redes varejistas de moda rápida. De modo automático, a plataforma gerou um gráfico com base nas respostas obtidas.

Gráfico 1: Consumo de marcas *fast fashion*

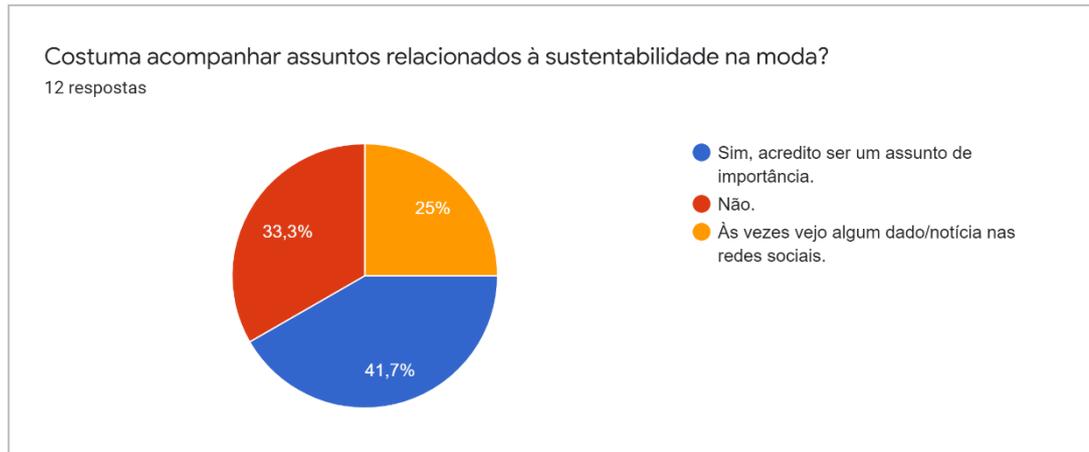


Fonte: Google Forms.

Observe que na questão acima, a maioria (66,7%) julga consumir peças inseridas no sistema linear de produção (modismos). Já 33,3% não escolhem lojas de moda rápida para vestirem-se.

Novamente de maneira fechada, o quarto questionamento buscou compreender se os respondentes acompanham assuntos relacionados à sustentabilidade no ramo têxtil. Foi obtido, de maneira automática, outro gráfico baseado nas opções dos respondedores.

Gráfico 2: Acompanhamento de notícias relacionadas à sustentabilidade na moda



Fonte: Google Forms.

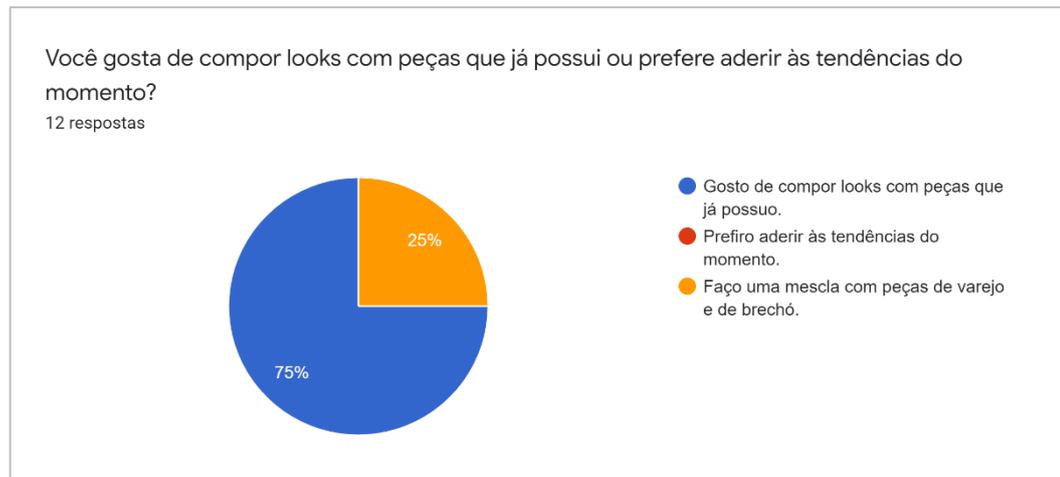
Em relação a um olhar mais atento a notícias e atualizações do mercado de moda sustentável, foi coletada a informação de que a maior parte dos respondentes (41,75) aprofunda-se em tais pautas, em razão do destaque a sustentabilidade vem adquirindo no ramo têxtil. Já 33,3% das respostas indicaram um não acompanhamento do assunto, seja qual for o veículo de informação utilizado. Por fim, foi apurado o dado de 25%, correspondente as respostas daqueles contribuintes que parcialmente atualizam-se perante à sustentabilidade no meio têxtil.

Para compreensão do consumo de segunda mão através dos brechós, foi formulado o quinto questionamento, cujo objetivo foi analisar se os integrantes das gerações alvo adquirem, ou não, peças já utilizadas. As respostas foram abertas e constataram que a maioria dos respondentes consomem artigos de moda em brechós, motivados pela cooperação ambiental - tendo em vista que estão aumentando o ciclo de vida de tais produtos -, custos inferiores ao mercado, e exclusividade, em razão das peças à venda não seguirem coleções e modismos, podendo então, destacaram-se e expressarem singularidades de si.

Já a minoria dos respondedores afirmaram não consumir peças de segunda mão por não optarem por artigos de moda já utilizados; têm preferência pelo vestuário novo, adquirido em outros estabelecimentos diferentes do brechó.

O sexto questionamento foi formulado de maneira fechada, o qual teve como objetivo entender de que forma os respondentes Millennials e Z vestem-se, seja através de novas ou já usadas peças.

Gráfico 3: Composição de looks



Fonte: Google Forms.

A análise, de natureza verificativa, aponta que 75% dos questionados optam, no momento de montagem e combinação de peças, por somente peças já existentes em seus cômodos. A minoria, (25%), constata o gosto pela mistura de peças adquiridas em redes varejistas de moda rápida, junto de artigos comprados em brechós.

Por fim, o sétimo questionamento formulado relacionava-se a interação do grupo alvo em conjunto dos estabelecimentos de segunda mão. Em anexo, a aberta pergunta deixava livre a justificativa perante à opinião dos respondedores sobre acreditarem os brechós serem, ou não, atrativos para a a ampliação da economia circular.

Grande parte das respostas apontam que os benefícios trazidos pelo brechó são o ato de oposição ao consumo desenfreado para o caminho sustentável. No entanto, os comentários de desaprovação em relação ao ambiente físico foram maioria. Os brechós online, em grande parte, determinam personas e aspectos específicos de marketing, o que os aproxima de nichos alvo. Todavia, o que encontra-se em brechós físicos brasileiros, principalmente os geridos por pessoas de maior idade, é o aspecto de antiquário, os quais, por conta das antigas peças, não atraem os principais sentidos humanos - olfato, visão e tato -, afastando possíveis compradores.

Por fim, comentários vinculados a doação de roupas também foram pertinentes e diferentes reflexões são passíveis de discussão, entretanto, tendo o brechó como modelo de negócio passível de implementação local, e gerador de

renda, é possível, através da comercialização de tais peças usadas, garantir remuneração a pessoas locais, assim como a atual indústria do fast fashion realiza.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho propôs-se, como objetivo central, contextualizar e analisar a função dos brechós, estabelecimentos de segunda mão, no atual mercado de moda, como solução, de médio a longo prazo, e incentivo para a ressignificação de peças e artigos de roupas já utilizados. O vestuário, em âmbito global, e em território nacional, destina-se incorretamente a aterros e locais indevidos de descarte, ocasionando a poluição e parciais esgotamentos ambientais, além de reiterar uma concordância, no quesito capital, de consumo desenfreado através de lojas varejistas, e mídias sociais de grande influência.

Estar ausente em meio aos tantos sinais ecossistêmicos, com necessidade de serem assistidos, não é mais cabível, e sim, um ato hedônico próprio, o qual centraliza somente prazeres individuais, sem maior visualização de possíveis, e previstos, colapsos socioambientais, alimentados diariamente de ações incentivadas e provocadas pela indústria linear do fast fashion.

Todavia, quando pautado o vigente, e massificado, modelo de negócio de moda, caracterizado por ciclos abertos e de descarte, também é essencial uma análise de pretextos, para além da compra sem maiores propósitos. É inegável que a moda efêmera dos modismos propicia a pessoas de menor poder capital a oportunidade de adquirir artigos fashionistas, cuja comercialização é envolvida por conceitos publicitários, transmitindo a esse consumidor final uma narrativa de identificação para com as marcas varejistas em questão.

A importância existente na ampliação de estudos referentes à economia circular é de grande relevância, tendo em consideração, por exemplo, o questionário aplicado no presente trabalho, o qual constatou que, mesmo que em pequena quantidade, alguns contribuintes não possuíam o conhecimento do que poderia tratar-se um ciclo de vida fechado e rotativo de artigos de moda. Ainda que não muito popularizado o movimento de circularidade do vestuário, o brechó - estabelecimento vertente dessa nova proposta de consumo, e pós compra – já aproxima-se mais da população em geral como elemento símbolo de reutilização, ressignificação e comercialização de roupas de segunda mão.

Estudos centralizados no consumo de segunda mão, como alternativa sustentável – nos quesitos ambiental e social - e mantenedora do fluxo econômico,

são encontrados em bases científicas e acadêmicas, por tratar-se de um assunto relativamente recente, e constantemente atualizado, comparado a história têxtil mundial e nacional; porém, são limitadas as dissertações que aplicam, de fato, as teorias e possibilidades existentes no dia a dia com a economia circular, através da reutilização de roupas adquiridas em brechós. É possível afirmar, levando em consideração estudos e artigos analisados durante o processo de escrita do vigente trabalho, que a ruptura imediata de um sistema linear para outro circular é de natureza incabível para a atual demanda do negócio de moda, em razão das fixas cadeias de produção e altíssimos índices de lucratividade (os quais envolvem políticas profundas ademais do ramo têxtil, em razão dos ângulos ilegais existentes em negociações de explorações naturais e trabalhistas).

Mesmo que com falhas internas ainda existentes (e que possivelmente demorarão a obter solucionadas), o setor têxtil é envolvido por constantes avanços tecnológicos com cada vez mais tentativas de redirecionamento por parte das novas gerações, principalmente os chamados “Millenials” e “Gen Z” – público alvo do questionário aplicado -. O esgotamento de recursos naturais e denúncias midiáticas de indignas condições trabalhistas são motivações que, com o passar dos anos, não toleram-se mais e geram revolta ao consumidor final, o qual coloca-se numa posição de reavaliação de propósitos de compras, abrindo novas possibilidades de consumo, tendo o brechó como aliado sustentável em razão da reutilização de peças e artigos de moda.

Por fim, a moda vai muitíssimo além da entrega de produtos e status, como era referenciada nos passados séculos e décadas dissertados; expressão e política são adjetivos que constituem essa área do conhecimento, em contínuo estudo e aprofundamento, para uma maior explanação de discursos não verbais por parte dos atuais consumidores. É através de uma compra garimpada em brechó, ou do repasse de uma peça esquecida para que encaminhe-se a tal estabelecimento de segunda mão, que a economia circular é aplicada.

Números e registros de peças descartadas em aterros/coletas municipais, ou até mesmo o incentivo a quebra de preconceitos perante os brechós - por parte de intendências ou cidades - são formas de implementação da rotatividade têxtil e capital, as quais atingem camadas sociais, uma a uma, e fazem a diferença quando postas em paralelo com outras regiões nacionais ou internacionais. O mapeamento de um

público alvo, tendo em vista suas necessidades de vestimentas e a busca por identidades de estilo, é considerado uma forma de educar e expor à população os benefícios, tanto socioambientais quanto econômicos, que brechós propiciam através da compra e reutilização de vestuário de segunda mão.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, A. P. F.; YAMIN, A. P.; SALLES, A. C. Curtir , Compartilhar , Trocar : um estudo sobre valores e atributos do consumo em brechós de redes sociais. **Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**, 2014.

BARROS, M. V. et al. Circular economy as a driver to sustainable businesses. **Cleaner Environmental Systems**, v. 2, n. December 2020, p. 100006, 2021.

BBC. **Por que podemos estar agravando a poluição por plástico nos oceanos ao lavar roupa - BBC News Brasil**. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-45777666>>. Acesso em: 22 maio. 2021.

BIAGI, O. L. Juventude e Rebeldia nos Anos 60 e 70 do Sé- culo XX - A Problemática do Conceito de Contracultura. p. 93–112, [s.d.].

BITTENCOURT, V. L. O consumo de roupas de Brechó: um olhar antropológico. 2013.

BÔAS, A. J. V.; LEMES, T. T. Desenvolvimento de produtos de moda a partir da valorização dos brechós. p. 107, 2012.

BRYDGES, T. Closing the loop on take, make, waste: Investigating circular economy practices in the Swedish fashion industry. **Journal of Cleaner Production**, v. 293, p. 14, 2021.

CAI, Y.-J.; CHOI, T.-M. A United Nations ' Sustainable Development Goals perspective for sustainable textile and apparel supply chain management ☆. **Transportation Research Part E**, 2020a.

CAI, Y. J.; CHOI, T. M. A United Nations' Sustainable Development Goals perspective for sustainable textile and apparel supply chain management. **Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review**, v. 141, p. 21, 2020b.

CARVALHO, U. Apostila de História da Indumentária. p. 28, 2009.

CIDREIRA, R. P. A moda nos anos 60/70 (comportamento, aparência e estilo). **Revista do centro de Artes, Humanidades e Letras**, p. 10, 2008.

CONTI, F. P.; OURIVES, E. A. A.; FIGUEIREDO, L. F. G. DE. Design com minimalismo para slow fashion. 2017.

CT. **Sobre nós - Crossroads Trading**. Disponível em: <<https://crossroadstrading.com/about-us/>>.

DENISE PITTA. **Identidade brasileira na moda - Anos 1910**. Disponível em: <<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/identidade-brasileira-na-moda-anos-1910/1372/>>. Acesso em: 9 jun. 2021.

DO AMARAL, M. C. et al. Reciclagem industrial e reuso têxtil no Brasil: estudo de caso e considerações referentes à economia circular. **Gestao e Producao**, 2018a.

DO AMARAL, M. C. et al. Industrial textile recycling and reuse in Brazil: Case study and considerations concerning the circular economy. **Gestao e Producao**, v. 0, n. 0, p. 13, 2018b.

EMF. **What is the Circular Economy?** Disponível em: <<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/what-is-the-circular-economy>>. Acesso em: 10 jun. 2021.

FERNANDES, F. **Brechós crescem e podem pegar lugar das fast fashion - Diário do Comércio**. Disponível em: <<https://dcomercio.com.br/categoria/negocios/brechos-crescem-e-podem-pegar-lugar-das-fast-fashion>>. Acesso em: 18 jun. 2021.

FERPE, D. **Você conhece a história do brechó? - Daniela Ferpe em Frascos**. Disponível em: <<https://danielaferpe.wordpress.com/tag/historia/>>. Acesso em: 22 maio. 2021.

FERRARO, C.; SANDS, S.; BRACE-GOVAN, J. The role of fashionability in second-hand shopping motivations. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 32, p.

262–268,

2016.

FERRAZ, Q. **Revolução industrial e a industrialização do vestuário: onde a função encontrou a moda.**

FORTUNA, L. M.; DIYAMANDOGLU, V. Disposal and acquisition trends in second-hand products. **Journal of Cleaner Production**, v. 142, p. 9, 2017.

GMB. **A moda descartável está enchendo o planeta de lixo têxtil: jogamos 811% mais roupas do que em 1960 - Green Me Brasil.** Disponível em: <<https://www.greenmebrasil.com/consumir/moda/8395-moda-descartavel-enchendo-planeta-lixo-textil/>>.

GOV.BR. **L12305 - Política Nacional de Resíduos Sólidos.**

HTS. **The History of Thrift Shops - Hazel's Thrift Shop.** Disponível em: <<https://hazelsthiftshop.wixsite.com/hazelsthiftshop/single-post/2018/03/15/the-history-of-thrift-shops>>. Acesso em: 15 maio. 2021.

HUR, E. Rebirth fashion: Secondhand clothing consumption values and perceived risks. **Journal of Cleaner Production**, v. 273, p. 16, 2020.

IPEA. **ODS 8 - Trabalho decente e crescimento econômico.** Disponível em: <<https://www.ipea.gov.br/ods/ods8.html>>. Acesso em: 20 maio. 2021a.

IPEA. **ODS 12 - Consumo e Produção Sustentáveis.** Disponível em: <<https://www.ipea.gov.br/ods/ods12.html>>. Acesso em: 20 maio. 2021b.

KHAN, I. S.; AHMAD, M. O.; MAJAVA, J. Industry 4.0 and sustainable development: A systematic mapping of triple bottom line, Circular Economy and Sustainable Business Models perspectives. **Journal of Cleaner Production**, v. 297, p. 126655, 2021.

KRICK, J. **Charles Frederick Worth (1825–1895) and the House of Worth - The Metropolitan Museum of Art.** Disponível em:

<[http://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd\\_wrth.htm](http://www.metmuseum.org/toah/hd/wrth/hd_wrth.htm)>. Acesso em: 22 maio. 2021.

KRISHNAMURTHY, S. **A Comparative Analysis of eBay and Amazon Uma Análise Comparativa do eBay e Amazon.**

MACHADO, M. A. D. et al. Second-hand fashion market: consumer role in circular economy. **Journal of Fashion Marketing and Management**, p. 25, 2019.

MARQUES, N. N. **Brechó - do estigma ao hype - Jornalismo Júnior.** Disponível em: <<http://jornalismojunior.com.br/brecho-do-estigma-ao-hype/>>. Acesso em: 13 jun. 2021.

MARTINS, R. D. S. DA S. A Moda dos Brechós, Feiras e Bazares no contexto da indústria criativa. p. 156, 2018.

MENEGUCCI, F. et al. Resíduos têxteis : Análise sobre descarte e reaproveitamento nas indústrias de confecção. **Congresso Nacional de Excelência em Gestão**, p. 1–12, 2015.

MOORHOUSE, D. Making Fashion Sustainable: Waste and Collective Responsibility. **One Earth**, p. 17, 2020.

MOTTA, R. S. DA. Pearce, D. W., and R. K. Turner. Economics of Natural Resources and the Environment . Baltimore MD: Johns Hopkins University Press, 1990, 378 pp., \$42.50, \$19.50 paper. **American Journal of Agricultural Economics**, [s.d.].

MUNHOZ, J. P. Um ensaio sobre o fast-fashion e o contemporâneo. p. 55, 2012.

PIMENTEL, M. **A “nobreza da terra” e os mascates - MultiRio.** Disponível em: <<http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/component/content/article?id=8746:a-nobreza-da-terra-e-os-mascates>>.

PRADO, L. A. DO. Indústria do vestuário e moda no Brasil do século XIX a 1960 : da

cópia e adaptação à autonomização subordinada. p. 434, 2019a.

PRADO, L. A. DO. Indústria do vestuário e moda no Brasil do século XIX a 1960 : 2019b.

PROVIN, A. P. et al. **New materials for clothing: Rethinking possibilities through a sustainability approach - A review** *Journal of Cleaner Production*, 2021a.

Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124444>>

PROVIN, A. P. et al. Circular economy for fashion industry: Use of waste from the food industry for the production of biotextiles. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 169, p. 14, 2021b.

RAMOS, E. B. Anos 60 e 70: Brasil, juventude e rock. **Revista Ágora**, v. 0, p. 1–20, 2009.

RC. **Conheça a história da Internet, sua finalidade e qual o cenário atual - Rock Content**. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/historia-da-internet/>>.

Acesso em: 14 jun. 2021.

RODRIGUES, M. **45 anos da morte de Zuzu Angel, um dos maiores nomes da moda brasileira e da luta contra Ditadura Militar - Rolling Stones**. Disponível em:

<<https://rollingstone.uol.com.br/amp/noticia/45-anos-da-morte-de-zuzu-angel-um-dos-maiores-nomes-da-moda-brasileira-e-da-luta-contra-ditadura-militar/>>. Acesso

em: 10 jun. 2021.

RS. **Saiba tudo sobre a reciclagem de resíduos têxteis no Brasil - Recicla Sampa**.

Disponível em: <<https://www.reciclasampa.com.br/artigo/saiba-tudo-sobre-a-reciclagem-de-residuos-texteis-no-brasil>>. Acesso em: 10 jun. 2021a.

RS. **Como a reciclagem têxtil pode contribuir com a sustentabilidade do país - Recicla Sampa**. Disponível em: <<https://www.reciclasampa.com.br/artigo/como-a-reciclagem-textil-pode-contribuir-com-a-sustentabilidade-do-pais>>. Acesso em: 10

jun. 2021b.

SAES, A. **O que é fast fashion? Descubra a origem deste conceito - Fashion Bubbles**. Disponível em: <<https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/fast-fashion-o-que-e/276852/>>.

SANDVIK, I. M.; STUBBS, W. Circular fashion supply chain through textile-to-textile recycling. **Journal of Fashion Marketing and Management**, v. 23, n. 3, p. 366–381, 2019.

SATURNO, S. Moda nos anos 1990 - A influência do estilo Grunge na moda atual. p. 60, 2017.

SHIMAMURA, E.; SANCHES, M. C. D. F. O Fast Fashion e a identidade de marca. **Projetica**, v. 3, n. 2, p. 66, 2012.

SHRIVASTAVA, A. et al. Sustainability through online renting clothing: Circular fashion fueled by instagram micro-celebrities. **Journal of Cleaner Production**, v. 278, p. 123772, 2021.

SIQUEIRA, R. DE A. O Garimpeiro no Mercado de Roupas de Segunda-Mão no Comércio Informal em Juiz de Fora. 2017.

SOUZA, B. L. DE et al. A Moda no Brasil: A irreverência dos anos noventa. [s.d.].

SOUZA, N. E. DE; EMIDIO, B.; FÁTIMA, L. DE. Diferenciação e sustentabilidade a partir do redesign de roupas de brechó : um modelo de estratégia produtiva. p. 23–41, 2015.

TRAMEIRAS. **História da Moda Brasileira #1 - Trameiras**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CDPrEkdnO1V/>>. Acesso em: 20 maio. 2021.

