

ENTRE TECIDOS E MEMÓRIAS: O PAPEL DOS BRECHÓS NA MODA SUSTENTÁVEL EM PELOTAS

Maria Eduarda Grimaldi Fernandes¹

Liliane da Cruz Caldas²

Pedro Mascarenhas de Souza Pinheiro³

Raquel da Fonseca Holz⁴

Resumo

Este resumo expandido analisa como os brechós contribuem para práticas de consumo conscientes, destacando sua relação com a memória social e a moda sustentável. A pesquisa, realizada em Pelotas (RS), investigou motivações de consumo, estratégias de curadoria e percepções sobre o *fast fashion*, com base em questionários aplicados a empreendedores locais. Os resultados indicam que os brechós vão além de alternativas econômicas: representam espaços de resistência ao consumo descartável, abrigando peças que carregam valor afetivo, histórico e cultural. Os consumidores buscam essas lojas não apenas pelo preço acessível, mas também pela exclusividade das peças, vínculo com o passado e preocupação ambiental. As entrevistas revelaram que a curadoria envolve um processo cuidadoso de seleção, higienização e ressignificação, fazendo do brechó um espaço simbólico onde moda e memória se encontram. Fundamentado nos conceitos de memória coletiva (Halbwachs, 1990), espacialidade da memória (Candau, 2002) e consumo sustentável (Fletcher, 2008; Beard, 2008), o estudo conclui que os brechós são práticas concretas de *slow fashion* e economia circular. As implicações práticas incluem o reconhecimento do papel dos brechós na promoção de um consumo ético, afetivo e sustentável, além de destacar a importância de políticas públicas que os considerem agentes culturais e ambientais. A originalidade do trabalho está na articulação entre memória, moda e sustentabilidade, revelando como o reuso de peças pode representar não apenas uma alternativa de consumo, mas também uma prática de preservação simbólica e identitária. Em um contexto de crise ambiental e crítica ao modelo *fast fashion*, os brechós emergem como caminhos possíveis para uma moda com menor impacto e maior significado cultural.

Palavras-chave

Brechós; Moda Sustentável; Memória; Slow Fashion; Consumo Consciente.

Introdução

A indústria da moda tem sido alvo de críticas crescentes pelos impactos ambientais associados ao modelo de produção e descarte do *fast fashion*, caracterizado por ciclos rápidos, desperdício de recursos e obsolescência programada

¹ Tecnóloga em Hotelaria pela UFPEL (2019); Área da Hospitalidade e Sustentabilidade; duda.grimaldi@gmail.com

² Doutoranda em Desenvolvimento Regional pela UNISC. Professora substituta no Curso de Bacharelado em Turismo, UFPEL. Mestre em Dirección y Planificación del Turismo, pela Universidad de Málaga- Espanha (2011). Graduada em Tecnologia em Hotelaria- UFPEL (2018) e em Turismo Cultural- UCPel (2004) e em Turismo Cultural- UCPel (2003). Especialista em Atrativos Culturais- IFPR (2022). Área de estudo: Desenvolvimento Regional, turismo e sustentabilidade. lilianecaldas@gmail.com

³ Dr. Em artes dos media - universidade lusófona do Porto/Portugal; Prof. do CST em Hotelaria da UFPEL; pedrohotelaria@hotmail.com

⁴ Engenharia Civil, Doutorado em Engenharia de Produção e Transportes; área de Transportes, Mobilidade e Sustentabilidade; raquel.holz@ufpel.edu.br.

(Fletcher, 2008). Em resposta, o movimento *slow fashion* defende práticas sustentáveis, como durabilidade, reaproveitamento e ética na produção (Beard, 2008). Neste cenário, os brechós emergem como alternativas viáveis ao prolongarem a vida útil das peças e promoverem a ressignificação de memórias e identidades. Além de contribuir para a redução de resíduos, essas lojas atuam como espaços de conexão entre passado e presente, alinhando consumo consciente e afetividade. Com base em autores como Halbwachs (1990) e Candau (2002), este estudo busca compreender de que maneira os brechós localizados em Pelotas (RS) colaboram para práticas de consumo sustentável, ao mesmo tempo em que preservam a memória coletiva por meio do vestuário. O objetivo principal é investigar as motivações envolvidas na escolha por brechós e analisar suas práticas de curadoria como expressão do movimento *slow fashion*.

Metodologia

Esta pesquisa caracteriza-se como qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, com o objetivo de compreender percepções e práticas relacionadas ao consumo sustentável no setor de moda de segunda mão. A coleta de dados foi realizada por meio de questionários semiestruturados, aplicados de forma eletrônica a cinco empreendedores de brechós localizados em diferentes bairros da cidade de Pelotas (RS). As questões abordaram motivações para empreender, critérios de curadoria das peças, opiniões sobre o *fast fashion* e fatores que influenciam a decisão de compra dos consumidores. A amostragem foi intencional, considerando a atuação ativa dos participantes no segmento. Para o tratamento dos dados, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo proposta por Bardin (2011), com codificação e categorização das respostas. Além disso, a triangulação metodológica foi empregada para aumentar a validade interna do estudo, articulando os dados empíricos com os referenciais teóricos sobre moda sustentável, memória coletiva e consumo consciente.

Resultados e Discussões

Os resultados obtidos a partir das entrevistas com cinco empreendedores de brechós em Pelotas (RS) revelam que a maioria deles (60%) não possuía interesse prévio pela área da moda, tendo ingressado no setor a partir da identificação de oportunidades de negócio. Esse dado reforça a ideia de que os brechós, além de alternativa comercial, configuram-se como espaços viáveis para práticas sustentáveis

e criativas, conforme aponta Fletcher (2008). A tabela 1 apresenta um resumo da análise de conteúdo das respostas.

Tabela 1 – Temas emergentes nas entrevistas com empreendedores de brechós em Pelotas (RS)

Tema	Frequência (n=5)	Descrição/resumo do conteúdo apontado
Interesse prévio por moda	2	Apenas dois entrevistados tinham relação anterior com moda.
Crítica ao <i>fast fashion</i>	5	Todos criticam o consumo acelerado e o descarte precoce.
Presença de peças de marcas como Shein	4	Mencionaram encontrar peças novas dessas marcas em garimpos.
Curadoria cuidadosa das peças	5	Inclui higienização, reparos, seleção estética e simbólica.
Motivação dos consumidores – econômica	5	Preço acessível é um fator importante para todos.
Motivação – ambiental/sustentável	4	Grande parte dos consumidores demonstra preocupação ambiental.
Motivação – afetiva/simbólica	4	Valor emocional e memórias ligadas às peças são recorrentes.
Brechó como espaço de memória e identidade	5	Todos os empreendedores reconhecem o papel simbólico do brechó.

Fonte: Dados da pesquisa (2025)

As práticas de curadoria das peças vão além da simples revenda, incluindo processos cuidadosos de seleção, higienização, pequenos reparos e apresentação estética dos produtos. Um dos entrevistados destacou o uso de técnicas caseiras para conservação das peças, demonstrando o cuidado e a atenção dedicados à durabilidade, um dos pilares do movimento *slow fashion* (Beard, 2008).

Sobre o sistema de moda atual, os participantes manifestaram críticas ao modelo *fast fashion*, mencionando o excesso de descarte e o surgimento de peças praticamente novas nos brechós, especialmente de marcas como Shein. Tais observações corroboram a literatura que denuncia o impacto ambiental do *fast fashion* e sua lógica de obsolescência programada (Watson e Yan, 2013).

As motivações atribuídas aos consumidores foram múltiplas. Os entrevistados apontaram que, embora o preço ainda seja um fator relevante, há crescente valorização de aspectos como exclusividade, vínculo emocional com as peças e

preocupação ambiental. Essas motivações refletem o que Berlim (2015) define como mudança de mentalidade no consumo: uma reorganização dos valores individuais frente à crise ambiental e à busca por sentido nas escolhas cotidianas.

Por fim, os brechós foram descritos pelos participantes como espaços de memória, onde as roupas carregam histórias e ressignificações, o que se alinha à noção de memória coletiva de Halbwachs (1990) e à espacialidade da memória discutida por Candau (2002).

Considerações Finais

O estudo revelou que, apesar de a maioria dos entrevistados não demonstrar um interesse prévio pela moda, os brechós se apresentaram como uma oportunidade de negócio sustentável, alinhada aos princípios da economia circular e do consumo consciente. A curadoria das peças, que envolve cuidados técnicos e estéticos como higienização e reparos, é um fator chave para o sucesso desses empreendimentos. Além disso, observou-se uma crítica ao modelo de consumo impulsivo do *fast fashion*, evidenciado pela presença de roupas quase novas de marcas como Shein nos brechós.

A pesquisa também apontou que as motivações dos consumidores são multifacetadas, abrangendo aspectos econômicos, ambientais e emocionais. A busca por exclusividade e o valor simbólico das roupas usadas foram amplamente destacados, mostrando a crescente valorização da autenticidade e da identidade pessoal através do consumo sustentável.

Contudo, é importante destacar algumas limitações do estudo. A amostra de entrevistados pode não ser totalmente representativa de todos os empreendedores e consumidores de brechós, o que pode restringir a generalização dos resultados. Além disso, a estratégia de pesquisa adotada, centrada em entrevistas, pode não abranger toda a diversidade de perspectivas sobre o tema.

Em termos de implicações práticas, os resultados deste estudo indicam que os brechós têm um grande potencial para contribuir com a sustentabilidade no setor da moda, oferecendo alternativas ao modelo *fast fashion* e promovendo um consumo mais consciente. O estudo aponta também que os brechós podem ser vistos não apenas como espaços comerciais, mas como pontos de memória e identidade, promovendo uma nova forma de se relacionar com a moda e os bens materiais.

Por fim, novas pesquisas poderiam aprofundar a análise das práticas de curadoria nos brechós, bem como investigar o impacto desse modelo de negócios na

indústria da moda e nas atitudes dos consumidores a longo prazo. Estudar a relação entre brechós e outras formas de consumo sustentável pode abrir caminhos para a construção de novas teorias sobre a economia circular, o comportamento do consumidor e as práticas sustentáveis no mercado da moda.

Esta seção corresponde ao fechamento do trabalho estudado e deve responder às hipóteses enunciadas e aos objetivos do estudo inicialmente apresentados, não sendo indicada a inclusão de dados novos que não tenham sido apresentados anteriormente. (Fonte Times New Roman ou Arial, Tamanho 12, Justificado, Espaçamento entre linhas simples).

Referências

BARTHES, Roland. *Sistema da moda*. São Paulo: Ed. Nacional, 1967.

BEARD, N. The branding of ethical fashion and the consumer: A luxury niche or mass-market reality? *Fashion Theory*, v. 12, n. 4, p. 447-468, 2008.

CANDAU, J. A. *Memória e identidade*. São Paulo: Contexto, 2002.

FLETCHER, K. *Sustainable fashion and textiles: Design journeys*. London: Earthscan, 2008.

HALBWACHS, M. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.

SEBRAE. *Nichos de moda*. Brasília, 2015. Disponível em: <http://www.bibliotecas.sebrae.com.br>. Acesso em: 27 jan. 2025.

STALLYBRASS, P. *O casaco de Marx: roupas, memória, dor*. Belo Horizonte: Autêntica, 2012.

WILSON, Elisabeth. *Enfeitada de sonhos*. Lisboa: Edições 70, 1989.