

CONSIDERAÇÕES SOBRE O CONSUMO EM BRECHÓS NOS DIAS ATUAIS

Ana Maria Castro Soares
Cristiana Maria de Lima
Dayana Maria da Silva
Glauciane Maria de Alcântara
Vera Maria Custódio Carvalho
Solange Pereira dos Santos Farah
Marcia Freitas Abad Gonzaga

RESUMO

O presente estudo pretende mostrar o consumo de brechós nos dias atuais e como esse tipo de comércio contribui para o desenvolvimento econômico e, além de contribuir para diminuir impactos ambientais. Isso porque, os hábitos de consumo das pessoas mudaram nas últimas décadas por causa das mudanças ocorridas na sociedade. Dessa forma, a preocupação com a questão ambiental e o acesso à tecnologia fez surgir novas alternativas de consumo mais sustentáveis. Sendo assim, o estudo tem como objetivo geral verificar como as mudanças do consumo de roupas de segunda mão estão relacionadas com o desenvolvimento econômico ao mesmo tempo que promovem a sustentabilidade. Dessa forma, se pretende mostrar que os brechós são uma proposta de consumo consciente que traz vários benefícios e também nos dá uma perspectiva tanto produtiva quanto financeira, além de refletir e entender nossa relação com o consumo. Para tal, a metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica e pesquisa de opinião em brechós na cidade de Adamantina- SP para assim trazermos novos olhares para as possibilidades de desenvolvimento local.

Palavras-chave: Brechós. Economia circular. Sustentabilidade.

1 INTRODUÇÃO

As mudanças ocorridas na sociedade nas últimas décadas mudaram também os hábitos de consumo das pessoas. Dessa forma, com o aumento do acesso à tecnologia junto com preocupação com a questão ambiental que a cada dia se torna mais crescente fez surgir novas alternativas de consumo mais sustentáveis. Por isso, a temática ambiental passou a fazer parte do cotidiano das pessoas que estão cada vez mais preocupadas no que diz respeito ao consumo consciente.

Isso porque, o momento em que a sociedade está inserida atualmente traz reflexos diretos nas mudanças de hábitos de consumo das pessoas, por causa das ações e necessidades que surgiram com o passar dos anos (Silva, 2012).

Por causa disso, diante do crescimento da produção industrial, do consumo

e do avanço tecnológico, fez com que se compreendesse melhor a relação entre impacto da produção, a aceleração constante do consumo e meio ambiente, trazendo à tona a discussão sobre sustentabilidade (Almeida et al. 2017).

Dessa forma, entre as novas tendências de consumo surge o comércio de brechós, que comercializam roupas de segunda mão como uma alternativa sustentável de consumo e por causa disso, surge a seguinte questão: Como os brechós contribuem para a sustentabilidade, criação de emprego e movimentam a economia de Adamantina- SP?

Para tentar responder essa questão é que o estudo tem como objetivo geral verificar como as mudanças do consumo de roupas de segunda mão estão relacionadas com o desenvolvimento econômico ao mesmo tempo que promovem a sustentabilidade; e como objetivos específicos: analisar como brechós e bazares aquecem a economia disruptiva por meio da venda de mercadorias usadas e em bom estado de conservação; buscar evidências de como os brechós movimentam a economia, influenciam na criação de empregos e na sustentabilidade; procurar entender como ocorre a divulgação, aquisição e venda destes produtos em Adamantina- SP.

Isso porque, em um momento onde estamos passando por tantas mudanças climáticas, visando que em breve haverá escassez de matérias primas e analisando a poluição causada pelo descarte incorreto de vestuário e objetos no meio ambiente.

O que se pretende é entender como ações simples como a venda de mercadorias e produtos usados em bom estado de conservação, podem contribuir para a diminuição deste impacto no meio ambiente. Além de contribuir para a renda de famílias em situações de vulnerabilidade criando empregos e ajudando na aquisição destes materiais em bom estado.

O consumo consciente traz vários benefícios e um deles é a sensação de dever cumprido e de estar fazendo o que é correto, contribuindo para a preservação do meio ambiente, economizando e fazendo o dinheiro render mais. Ele também nos dá uma perspectiva tanto produtiva quanto financeira, além de refletir e entender nossa relação com o consumo.

Por isso esse estudo se justifica, pois por meio dele pretendemos mostrar que os brechós são uma proposta de consumo consciente que traz vários

benefícios e um deles é a sensação de dever cumprido e de estar fazendo o que é correto, contribuindo para a preservação do meio ambiente, economizando e fazendo o dinheiro render mais. Ele também nos dá uma perspectiva tanto produtiva quanto financeira, além de refletir e entender nossa relação com o consumo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Breve história dos brechós

Durante muito tempo, o consumo de roupas de segunda mão esteve relacionado a pessoas humildes e carentes, sendo que a opção para a compra de artigos em geral eram os bazares, brechós, leilões, entre outras, uma vez que esses tipos de comércios ofereciam produtos de baixo valor aquisitivo.

Porém, quando houve crises financeiras, o consumo de artigos de segunda mão também passa a fazer parte da vida de muitas pessoas das classes sociais mais altas, como aponta Bandeira (2020), que aponta que no período da Revolução Industrial durante o século XVIII, o consumo de artigos de segunda mão não era relacionado apenas a pessoas carentes, pois a aquisição de artigos de segunda mão também estava ligada diretamente ao cotidiano das pessoas durante esse período.

Aparentemente o comércio de itens de segunda mão já passou por diversas fases e aparentemente a prática desse comércio existe há centenas de anos. (Pereira; Quintão, 2020).

Damme e Vermoesen (2009), também apontam que o consumo de itens de segunda mão era realizado por pessoas das classes populares da sociedade. Por causa disso as roupas eram os produtos mais procurados, uma vez que os leilões possibilitavam que se comprasse itens de mais qualidade que não poderiam ser adquiridos normalmente. A loja de penhores também é um exemplo de comércio de roupas de segunda mão e a esse respeito Stallybrass (2008), afirma que nas lojas de penhores da Inglaterra e da Itália, durante o período do Renascimento, as roupas eram as mais penhoradas, juntamente com ferramentas e embora fosse diminuindo com o passar do tempo, os leilões de artigos de segunda mão seguiram fazendo parte da sociedade europeia por muitos anos.

Com relação à América Portuguesa, especialmente em São Paulo, nos anos 1580 a 1640, o comércio de bens usados ocorria mais lentamente do que como na Europa e isso fica evidente ao estudarmos testamentos desse período, que mostram que as roupas eram deixadas para membros da família e algumas vezes até para amigos. (Silva, 2015).

Tótaró (2017), explica que no Brasil o primeiro brechó teve origem na década de 1880 no Rio de Janeiro, pois um mascate chamado Belchior, passou a vender roupas e outros artigos de segunda mão em sua casa, recebendo o nome de “Casa de Belchior” e por causa que muitas pessoas tinham certa dificuldade em pronunciar o nome Belchior, este foi adaptado, foi daí que nasceu o termo “brechó”.

Contudo, os brechós se consolidaram no país na década de 1970, quando a cantora Maysa, conhecendo esse tipo de comércio devido suas viagens a Europa, abriu seu brechó no rio de Janeiro, no bairro de Copacabana, que recebeu o nome de “Malé de Lixo”. Porém, os brechós só passaram a ser valorizados nas décadas de 1990-2000, quando surgem as ideias de consumo consciente e sustentabilidade (Britto, 2016).

Hoje são inúmeros brechós nas cidades do país comercializando desde artigos de luxo até acessórios e bijuterias.

2.2 Os brechós como forma de desenvolvimento econômico e promoção da sustentabilidade

Na década de 1990 as empresas já ouviam falar a respeito da sustentabilidade, porém não eram orientados e definidos os valores e conceitos como; economia, ecológica e industrial. Agora as empresas que não estão pensando em um futuro sustentável já são consideradas ultrapassadas e sem visão de crescimento.

Temos uma boa colaboração da tecnologia, pois ela facilita o acesso a política que as empresas estão adotando em relação a economia circular. O consumidor passou a ser avaliado agora pelo seu estilo de vida, não mais pelo poder de compra, trazendo uma organização e mobilização social. Como é apontado no triple da sustentabilidade da economia circular, que são eles; (Social, Ambiental e Econômico). Mobilizando ecossistema cooperativo, cooperação entre produtos, renda justa para todos, eliminando as desigualdades raciais e culturais.

Dessa forma, é possível afirmar que com o maior acesso à tecnologia juntamente com a crescente preocupação a respeito dos impactos ambientais causados pelo consumo excessivo, fez com que os produtores e os consumidores de moda passassem a buscar alternativas mais sustentáveis, pensando na sustentabilidade desde a produção até o ciclo de vida, bem como o descarte do produto, pois há muitas críticas ao consumo exagerado e as empresas passaram a pensar na responsabilidade social e ambiental para a construção de uma sociedade sustentável (Portilho, 2005).

Nesse sentido, a conscientização e a disseminação de estudos e informações sobre os impactos negativos que a produção e o consumo excessivo podem causar no futuro se tornaram urgentes e devido a isso, Figueiredo et al. (2009), apontam que a questão ambiental passou a ser parte no cotidiano das empresas e tem ganhado cada vez mais visibilidade por causa das necessidades sociais e globais que requerem uma economia embasada na preservação ambiental.

Dessa forma, a ideia central dos brechós vão ao encontro dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente no Objetivo 12: “Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis” em sua meta 12.5- “Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso” (<https://gtagenda2030.org.br/ods/>, 2024) e os brechós estão dentro da concepção de redução no que se refere ao consumo e reuso, pois as roupas de segunda mão entram nesse aspecto.

Além disso, quando se trata de economia disruptiva, os brechós se enquadram na mesma pois segundo o Modlle USP (2020) envolve a transição nos setores, a necessidade de reinvenção, enfrentar novos desafios e causar impacto.

Partindo da premissa que o consumo de produtos de brechó aumentou e ganhou visibilidade nas mídias, acreditamos que ao adquirir um produto o consumidor não leva em conta apenas o custo baixo, mas também aspectos de estilo e sustentáveis que os produtos de segunda mão possuem (Barreto; Gomes; Albarello, 2020).

Essa mudança de percepção por parte dos consumidores ocorreu devido a transformação que ocorreu nesse tipo de comércio, uma vez que as peças antes de serem disponibilizadas para venda passam por uma higienização, seleção e reparos necessários. Além disso, o espaço físico hoje em dia está mais organizado

e os itens estão dispostos de maneira categorizada e sistematizada e isso faz com que haja maior aceitação do público e a esse respeito Silva e Godinho (2009) apontam que:

O novo conceito que se tem visto nos brechós atualmente é de um local em que há a preocupação com o layout da loja, limpeza e organização das peças a serem vendidas é sempre uma surpresa agradável para o cliente que vai em busca de algum produto; diferente do conceito que se tinha antes de um lugar sujo, bagunçado e muitas vezes com cheiro de mofo (Silva; Godinho, 2009, p.8).

Dessa forma, o que antes era considerado sinônimo de roupas fora de moda e velhas, nos dias atuais os brechós mudaram suas configurações, pois os itens comercializados são limpos, bem cuidados e com preços bastante acessíveis, dependendo dos produtos e das marcas vendidas. Isso possibilita uma economia de até 80% quando comparado ao consumo no comércio tradicional (Sebrae, 2021).

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de Estudo:

Este estudo foi realizado a partir da pesquisa bibliográfica, que é:

[...] elaborada a partir de material já publicado, constituído principalmente de: livros, revistas, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com o objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Na pesquisa bibliográfica, é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos, observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar (Prodanov; Freitas, 2013, p. 54).

O estudo bibliográfico sobre brechós teve como principal eixo analítico o consumo em brechós nos dias atuais, buscando a produção teórica na área da gestão empresarial, utilizando capítulos de livros e artigos científicos dos sites de publicação de artigos científicos: Scielo e Google Acadêmico, assim como sites de publicação de universidades.

Também foi realizada a pesquisa de opinião que utilizou a coleta de dados, análise e interpretação dos resultados a partir da realidade dos brechós.

3.2 Procedimentos e instrumentos da pesquisa

O processo de pesquisa bibliográfica ocorreu por meio da busca a partir

dos descritores: “brechós” “consumo consciente” e “mercado de roupas e acessórios de segunda mão”, para que assim o estudo fosse desenvolvido a contento. Os textos foram escolhidos com base na temática.

Além da pesquisa bibliográfica, foi feita uma pesquisa com visita em três brechós na cidade de Adamantina- SP e foi utilizada pesquisa de opinião, na qual foram coletados dados sobre o mercado de brechós, seu crescimento, número de empresas e empregos gerados. Foram analisados também dados sobre o consumo consciente e o perfil dos consumidores por produtos usados.

A pesquisa de opinião foi realizada depois que foi apresentado o Termo de Autorização e a primeira pergunta a ser respondida foi se aceitariam participar da pesquisa e depois que aceitaram, foram entregues questionários em mãos. O questionário continha seis perguntas: Por que o brechó é importante?; Como são adquiridos os produtos?; Como é feita a divulgação?; Como se caracteriza os consumidores?; Quantos empregos o negócio tem gerado?; Como você imagina o mercado de brechós para os próximos anos?

A análise dos dados coletados foi realizada por meio de cruzamento de informações, identificação de padrões e elaboração de relatórios e conclusões. A partir disso, foi possível responder à pergunta de pesquisa e os objetivos propostos.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os brechós fazem parte da economia circular, pois quando falamos em economia circular esta associa desenvolvimento econômico a um melhor uso de recursos naturais, por meio de novos modelos de negócios e da potencialização nos processos de produção dependendo menos de matéria-prima virgem, mas sim priorizando insumos mais duráveis, recicláveis e renováveis (Martins, 2020).

Assim, com o intuito de ampliar a compreensão e análise do fenômeno estudado, foram realizadas visitas a três brechós na cidade de Adamantina- SP que é uma cidade do interior do estado com uma população era de 34.687 habitantes e PIB per capita de R\$ 38.997,12 segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2022.

Em termos de economia o que predomina na cidade é o comércio, com algumas indústrias de pequeno e médio porte.

Dos brechós visitados na cidade, duas lojas se encontram na área central da cidade e uma loja num bairro próximo ao centro. Uma loja que fica no centro tem um espaço físico bem amplo e tudo é organizado por tamanho, bem como os acessórios são separados também. As outras duas lojas têm o espaço físico menor e com isso, os itens já não estão tão organizados.

Depois de explicar o motivo do estudo foi entregue um questionário para as três proprietárias e três funcionárias (com nomes fictícios para proteger a identidade) dos brechós visitados cujas respostas serão analisadas a seguir.

A primeira pergunta foi **“Por que o brechó é importante?”** No que a primeira pessoa respondeu que: *“Há uma história social e há também a questão da estética de se usar uma roupa de segunda mão, uma vez que se ela já está sendo revendida, ela já passou por um processo de desvalorização, está sendo revalorizada e ressignificada”* (Luzia).

Já as segundas e terceiras pessoas responderam que os brechós são importantes, pois *“são uma forma de comprar roupas e acessórios de qualidade a preços razoáveis”*. (Márcia e Lúcia)

A quarta pessoa afirmou que *“ os brechós são uma forma de contribuir para um consumo mais consciente, pois ao comprar roupas de segunda mão a pessoa está reaproveitando algo que talvez antes seria descartado”* (Renata).

Pelas respostas dadas o que se percebe é que hoje em dia as pessoas estão mais conscientes a respeito do consumo, buscando alternativas e preços acessíveis e as palavras de Fernandes (2024) corroboram isso:

Iniciativas como bazares e brechós representam uma alternativa à lógica de consumo descartável das peças de roupas, garantindo a reutilização das mesmas. Para comunidades periféricas, esses empreendimentos representam fontes sustentáveis, com um preço justo e acessível para quem não tem condições de consumir as grandes marcas (Fernandes, 2024, p. 1).

A fala da Renata demonstra bem o momento em que a sociedade está inserida atualmente que traz reflexos diretos nas mudanças de hábitos de consumo das pessoas, por causa das ações e necessidades que surgiram com o passar dos anos como mencionado por Silva (2012). Por causa disso, diante do crescimento da produção industrial, do consumo e do avanço tecnológico, fez com que se compreendesse melhor a relação entre questão ambiental, impacto da produção e a aceleração constante do consumo, trouxe à tona a discussão sobre

sustentabilidade desde a década de 1960 (Almeida et al. 2017).

A quinta pessoa aponta que *“os brechós são uma nova tendência e que isso é importante, pois está trazendo uma nova maneira de consumo”* (Isa).

Isso fica evidente nas ideias de Barreto, Gomes, Albarello (2020) em que as mídias trouxeram visibilidade para o consumo de produtos de brechó e isso fez com que tal consumo aumentasse e o que se percebe é que ao adquirir um produto o consumidor não leva em conta apenas o custo baixo, mas também aspectos de estilo e sustentáveis que os produtos de segunda mão possuem.

Além disso, Fernandes (2024, p. 1) aponta que:

De acordo com o relatório *"A New Textiles Economy: Redesigning fashion's future"*, da Fundação MacArthur, anualmente são desperdiçados US\$ 500 bilhões com roupas descartadas, muitas vão direto para lixões sem sequer serem recicladas. Apenas no Brasil, mais de 180 mil toneladas de roupas são descartadas por ano.

Como se percebe, o descarte de roupas ainda é um problema, daí a importância dos brechós, pois são uma forma de reutilizar o que antes iria para o lixo.

A sexta pessoa afirma que *“um brechó é mais do que apenas uma loja que vende artigos de segunda mão. É um negócio que atrai pessoas de todas as classes que procuram por algo único”* (Marli)

Concordando com as visões das pessoas que responderam a pesquisa o que se percebe é que as roupas de segunda mão permitem que a memória do objeto se perpetue e mantenham alguma constância (Roux, 2006).

A segunda pergunta da pesquisa: **Como são adquiridos os produtos?** Trouxe respostas concordantes, isto é, todas responderam que adquirem de conhecidos, de pessoas que vêm até o negócio oferecer e doações de parentes.

No primeiro brechó, a proprietária disse que depois que as pessoas oferecem um produto, é feito um cadastro dessa pessoa e assim quando ela oferecer novos produtos, já está cadastrada. Além disso, ela aponta que é preciso pagar um preço justo pela peça para que sempre tenha fornecedores.

Nos outros dois brechós não há cadastro, apenas as peças são oferecidas e compradas diretamente da fornecedora.

As respostas concordantes também ocorreram com a terceira pergunta: **Como é feita a divulgação?** Nas quais as respostas foram pelas redes sociais e

pelo “boca a boca”.

Como se percebe as redes sociais e a divulgação de pessoa para pessoa são os elementos mais presentes nas respostas e estes elementos integram o cenário de consumo de roupas e acessórios de segunda mão.

Isso fica claro na entrevista para o site Terra Economia (2022) em que Ana Carolina Yamashiro, social media da empresa Brechó Closet de Luxo aponta que as principais redes do Brechó Closet de Luxo são o Instagram e o WhatsApp e afirma que:

É importante manter o perfil ativo nas redes sociais quando se trata de empresas, pois são diversos canais possíveis de captação, fidelização de clientes e conversão em vendas, mas cada empresa deve analisar e objetivar o que mais faz sentido para o seu público e adotar redes sociais de acordo com as pesquisas realizadas (Terra Economia, 2022, p.1)

Concordando com isso Miller (2013), afirma que esses elementos configuram quadros que formam uma parte importante das expectativas das pessoas que adquirem os produtos. Isso faz com que o cenário da divulgação do comércio de roupas e acessórios de segunda mão seja um aspecto importante para que se possa compreender os aspectos próprios dessa atividade.

A quarta pergunta da pesquisa foi **Como se caracterizam os consumidores?** e as duas primeiras pessoas deram respostas iguais: “os consumidores são pessoas que procuram artigos com preços acessíveis e em boas condições de uso” (Luzia e Márcia). A terceira pessoa disse que “os consumidores são em sua maioria mulheres que procuram artigos diferenciados e com preços bons” (Lúcia). Outras duas pessoas (Renata e Isa) afirmaram que “os consumidores buscam produtos únicos que talvez não conseguiriam em lojas convencionais” e a última a responder apontou que “os consumidores são pessoas que querem produtos com preços baratos e de boa qualidade” (Marli).

Essa mudança de percepção por parte dos consumidores ocorreu devido a transformação que ocorreu nesse tipo de comércio, uma vez que as peças antes de serem disponibilizadas para venda passam por uma higienização, seleção e reparos necessários. Além disso, o espaço físico hoje em dia está mais organizado e os itens estão dispostos de maneira categorizada e sistematizada e isso faz com que haja maior aceitação do público (Silva e Godinho, 2009).

O que se percebe é que consumidores que desejam mostrar sua

individualidade, se diferenciar, geralmente faz escolhas não tradicionais, ou seja, optam por comprar em canais secundários, como por exemplo, em bazares ou brechós que oferecem itens de segunda mão (Xu, Yizhuo, Ritika, & Hongshan, 2014). Como não é muito comum encontrar um item extraordinário e exclusivo faz com que esses consumidores que desejam ser únicos se sintam atraídos pelos brechós (Brace- Govan & Binay, 2010).

A possibilidade de se diferenciar por meio da das roupas de segunda mão são aspectos atraentes para os consumidores de brechós (Ferraro, Sands, & Brace- Govan, 2016).

Além disso, as pessoas que possuem mais capital cultural geralmente rejeitam os significados impostos pela classe dominante, de forma que as preferências e as escolhas de consumo se tornem mais originais (Arsel & Thompson, 2011; Mcquarrie, Miller, & Phillips, 2013).

Tem também a questão do perfil dos consumidores que segundo o site Você S/A (2022, p. 1)

Acontece que as novas gerações estão cada vez mais conscientes do impacto ambiental e social da indústria de vestuário. Buscam um consumo mais sustentável. Os millennials (nascidos entre 1980 e 1996) e a geração Z (pós-1997) já correspondem a 46% da população global – o mercado não pode ignorar as tendências dessa fatia de consumidores.

Sendo assim, é possível afirmar que os consumidores de brechós ainda são predominantemente mulheres especialmente as mais jovens.

Com relação à pergunta **Quanto empregos o negócio tem gerado?**, todas afirmam que na loja física geralmente empregam uma funcionária, mas que indiretamente gera renda para diversas outras pessoas, como costureiras que fazem reparos e ajustes nas roupas, sapateiros que arrumam e limpam calçados, cintos e bolsas, artesãs que arrumam bijuterias, entre outras.

Isso faz com que a economia gire, trazendo benefícios econômicos para a cidade.

Além disso, o Sebrae (2021) afirma que esse setor não é considerado um mercado de risco, requer um investimento baixo e a concorrência é pequena se comparada a outros setores. Assim, os brechós são uma ótima oportunidade para quem deseja começar a empreender e gerar renda.

Contudo, apesar de gerar empregos indiretos, o que se percebe é que nas

lojas físicas geralmente há apenas uma funcionária, sendo na maioria das vezes um negócio familiar.

A cada dez lojas abertas desde 2021, praticamente nove (88%) são de microempreendedores individuais (MEIs), categoria na qual, muitas vezes, o empreendedorismo é motivado pela necessidade - como é o caso de pessoas que abriram negócios próprios porque não conseguiram voltar para o mercado de trabalho ou precisaram de um complemento de renda (Pequenas Empresas & Grandes Negócios, 2022, p. 1).

A última pergunta **Como você imagina o mercado de brechós para os próximos anos?**, trouxe respostas muito significativas, pois Marli, Lúcia e Renata afirmaram que veem a tendência de crescimento desse segmento de negócios, Márcia, Luzia e Isa enfatizam que esse negócio em cidades maiores tendem a ter maior crescimento, pois a cultura das cidades grandes é diferente das de cidades pequenas, em que muitas pessoas ainda têm preconceitos com relação aos brechós. Dessa forma, o que antes era considerado sinônimo de roupas fora de moda e velhas, nos dias atuais os brechós mudaram suas configurações, pois os itens comercializados são limpos, bem cuidados e com preços bastante acessíveis, dependendo dos produtos e das marcas vendidas. Isso possibilita uma economia de até 80% quando comparado ao consumo no comércio tradicional (SEBRAE, 2021).

Concordando com as respostas da pesquisa temos como exemplo o caso da “Cresci e Perdi”:

A Cresci e Perdi é uma rede de franquias conhecida pela venda de peças de roupa, itens de enxoval, carrinhos e acessórios novos e seminovos com preços até 90% mais baratos do que em lojas convencionais. Hoje, a rede de franquias conta com 351 unidades em operação e outras 155 em fase de implementação — processo que varia entre 2 e 5 meses. Só em São Paulo são 214 unidades, distribuídas em mais de 100 cidades (Exame, 2023, p. 1).

Outro dado importante a respeito dos brechós é que “nos últimos anos, o mercado de segunda mão tem aumentado exponencialmente, no Brasil e no mundo [...], segundo relatório da ThredUp, uma empresa de capital aberto americana com foco em vendas de usados” (Você S/A, 2022, p. 1).

Além disso, segundo o site Pequenas Empresas & Grandes Negócios (2002, p.1) “de acordo com os dados de um estudo realizado pela consultoria Boston Consulting Group (BCG), a previsão para o mercado de artigos de moda usados - também alimentado pela maior preocupação da sociedade com os

impactos ambientais da produção têxtil - é de crescimento de 15% a 20% até 2030”.

Outra questão importante é com relação ao e-commerce que com a pandemia de Covid- 19 levou a um aumento do público que compra em brechós online, pois a facilidade de vender roupas online levou ao surgimento de mais lojas nas redes sociais, como o Instagram, que lançou a opção "Instagram Shop" e negócios como a Enjoei, que são puramente online, conseguem ter vantagem em relação aos concorrentes (Rodrigues, 2021).

Dessa forma, muitas lojas hoje em dia oferecem também a opção de compras online e os brechós seguem essa tendência.

Como se percebe, apesar de haver poucos brechós na cidade de Adamantina- SP, estes contribuem para que a economia se movimente e a tendência é que o número de lojas se amplie visto que a cidade tem um Centro Universitário que atrai estudantes de diversas regiões, que preferem o consumo consciente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pelas pesquisas bibliográficas realizadas se percebe que os brechós atuam em principalmente com roupas, calçados e acessórios (cintos, bijuterias, bolsas), atendendo moda feminina, masculina e infantil, estando presente em todo o país.

Além disso, com a globalização e as constantes mudanças sociais, econômicas, e ambientais, as pessoas mudaram seus hábitos de consumo e os brechós surgem como uma ótima alternativa para pessoas que querem estar na moda e que gostam de adquirir peças a preços mais baixos, além de prezar pela preservação ambiental.

Pela pesquisa de opinião realizada em Adamantina- SP o que fica claro é que apesar de haver poucos brechós na cidade, a tendência é de crescimento, visto que o público jovem é atraído para esse segmento de comércio e como na cidade há muitos jovens por causa do Centro Universitário, o consumo em brechós tende a aumentar.

Portanto, o que se conclui é que os brechós terão um maior crescimento nos próximos anos, pois atuam de forma efetiva na evolução social considerando as diferentes formas de consumo na atualidade e o que se percebe é que esse faz

parte do desenvolvimento da economia.

5 REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Marianne Freitas; ALMEIDA, Jeane Alves; ALMEIDA, Severina Alves; CUNHA, Tatiana Ramirez; NOGUEIRA, Cássio Cipriano. A influência da moda sustentável no consumo de acessórios femininos de origem não animal. **Facit Business and Technology Journal**, v. 1, n. 2, 2017. Disponível em: <http://revistas.faculdefacit.edu.br/index.php/JNT/article/view/171>. Acesso em 17 nov. 2023.

ARSEL, Z. & THOMPSON, C. J. Demythologizing consumption practices: How consumers protect their field-dependent identity investments from devaluing marketplace myths. **Journal of Consumer Research**, 2011, 37(5), 791-806.

BARRETO, Elaine Hartz; GOMES, Jaqueline Machado; ALBARELLO, Beatriz Amália. A percepção dos clientes do brechó chic peça rara sobre a dimensão do consumo consciente e sustentável como variável influenciadora no comportamento de escolha. **Revista JRG de Estudos Acadêmicos**, v. 3, n. 7, p. 849863, 2020. Disponível em: <https://revistajrg.com/index.php/jrg/article/view/167>. Acesso em 17 nov. 2023.

BRACE-GOVAN, J., & BINAY, I. Consumption of disposed goods for moral identities: a nexus of organization, place, things and consumers. **Journal of Consumer Behaviour**, 2010, 9(1), 69-82.

DAMME, Ilja Van; VERMOESEN, Reinoud. **Second-hand consumption as a way of life: public auctions in the surroundings of Alost in the late eighteenth century**. Continuity and change, v. 24, n. 2, p. 275305, 2009.

EXAME. **Como este brechó de criança chegou a 500 lojas** — e quer faturar R\$ 1 bilhão em 2023. <https://exame.com/negocios/como-este-brecho-de-crianca-chegou-a-500-lojas-e-quer-faturar-r-1-bilhao-em-2023/>

FERNANDES, Mayala. **Brechós populares são alternativas para consumo consciente e sustentável no Paraná**. Matéria publicada no site Brasil de Fato em 17 de abril de 2024. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2024/04/17/brechos-populares-sao-alternativas-para-consumo-consciente-e-sustentavel-no-parana#:~:text=Apenas%20no%20Brasil%2C%20mais%20de,garantindo%20a%20rutiliza%C3%A7%C3%A3o%20das%20mesmas>. Acesso em 23 abr. 2024.

FERRARO, C., SANDS, S., & BRACE-GOVAN, J. The role of fashionability in second-hand shopping motivations. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 2016, 32, 262-268.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Adamantina- SP. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/adamantina/panorama>. Acesso em 12 set. 2024.

MARTINS, Caroline. **Norma ISO para Economia Circular**. Texto publicado em 6 de julho de 2020. Disponível em: <https://www.trilhoambiental.org/>. Acesso em 12 set. 2024.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro, 2013. 244 p.

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS. **Quase 90% dos novos brechós são abertos por empreendedor individual**. Matéria publicada em 29 de agosto de 2022. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Moda/noticia/2022/08/pegn-quase-90-dos-novos-brechos-sao-abertos-por-empendedor-individual.html>. Acesso em 23 abr. 2024.

PEREIRA, V. F., & QUINTÃO, R. T. Singularização dos Objetos de Segunda Mão: Um estudo no contexto de brechós de luxo. **Consumer Behavior Review**, 2020, 4(2), 118- 127.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2013.

RODRIGUES, Tayane. **Por que os brechós estão movimentando o e-commerce na pandemia**. InvestNews, 15 de março de 2021.

ROUX, D. Am I what I wear? An exploratory study of symbolic meanings associated with secondhand clothing. **Advances in Consumer Research**, 2006, 33, 29-35.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como montar um brechó**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-brecho,37587a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#apresentacao-de-negocio>. Acesso em 17 nov. 2023.

SILVA, Minelle Enéas. Consumo Sustentável: A Articulação de um constructo sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 11, n. 2, p. 217-232, 2012. Disponível em: <https://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/1052>. Acesso em 17 nov. 2023.

SILVA, Luciana da. **A circulação de artefatos por meio das disposições testamentárias: apontamentos sobre as vestimentas na vila de São Paulo (1580- 1640)**. Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material, v. 23, n. 1, p. 195-220, 2015.

STALLYBRASS, Peter. **O casaco de Marx**: roupas, memória, dor. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

TERRA ECONOMIA. **Como usar as redes sociais para aumentar as vendas nos brechós de luxo.** Disponível em <https://www.terra.com.br/economia/meu-negocio/como-usar-as-redes-sociais-para-aumentar-as-vendas-nos-brechos-de-luxo,e8f8fdc155a26146fb37f16ad6ad44datp1wrfg1.html>. Acesso em 12 abr. 2024.

TÓTARO, Valéria Said. **Vintage & Cultura de Brechó pelo viés político da Moda.** 2017. Disponível em: <https://tweedridebh.wordpress.com/2017/03/02/vintage-cultura-de-brecho-pelo-vies-politico-damoda/>. Acesso em 12 abr. 2024.

USP- Universidade de são Paulo. **Economia Disruptiva:** como mudar paradigmas em benefício de todos. Moddle USP, 2020.

VOCÊ S/A. **Brechós atraem moderninhos e podem desbancar lojas de roupas tradicionais,** 2022. Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/a-ascensao-dos-brechos>Leia mais em: <https://vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/a-ascensao-dos-brechos>. Acesso em 23 abr. 2024.

XU, Y., YIZHUO, C., RITIKA, B., & HONGSHAN, Z. Second-hand clothing consumption: a cross-cultural comparison between American and Chinese young consumers. **International Journal of Consumer Studies**, 2014, 38(6), 670-677.