

A ECONOMIA CIRCULAR E O PAPEL DOS BRECHÓS: IMPACTO SUSTENTÁVEL DO ÉDEN BRECHÓ EM SUZANO-SP

Cicero Henrique Soares Silva¹

Cristiane Isabel de Lima Moura¹

Jair Henrique de Godoy Reis¹

Lorrany Ilana Gomes¹

Pedro Henrique Atripoli¹

Orientadora: Profa. Me. Marluce Gavião Sacramento Dias²

RESUMO: Este trabalho analisa a contribuição do Éden Brechó, localizado em Suzano-SP, para a promoção da economia circular e do consumo sustentável no setor da moda. A pesquisa foi desenvolvida com base em um estudo de caso, utilizando questionários aplicados aos clientes do brechó, que permitiram identificar o perfil dos consumidores, suas motivações de compra e o nível de conhecimento sobre sustentabilidade. Os resultados indicam que a maior parte dos respondentes consome em brechós por razões econômicas e qualitativas, destacando a economia financeira e a durabilidade das peças como fatores principais. Além disso, aspectos como exclusividade e estilo também foram apontados como benefícios do consumo de roupas de reuso. Observou-se que, embora nem todos os entrevistados conheçam profundamente o conceito de economia circular, existe consenso sobre a relevância ambiental das práticas de reutilização, percebidas como estratégias capazes de reduzir o impacto do setor têxtil no meio ambiente. A análise confrontada com a literatura evidencia que os brechós atuam como agentes de transformação cultural, social e ambiental, democratizando o acesso à moda e incentivando hábitos mais conscientes. Conclui-se que iniciativas locais como o Éden Brechó contribuem de forma significativa para a valorização da circularidade no vestuário, alinhando-se aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 12 e 13 e fortalecendo a construção de uma cultura de consumo responsável na comunidade.

Palavras-chave: economia financeira; hábitos de consumo; moda; reutilização; sustentabilidade.

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, a moda consolidou-se como um dos setores mais impactantes no cenário ambiental global, sendo responsável por elevado consumo de água, emissão de gases de efeito estufa e descarte excessivo de resíduos têxteis.

(1)Graduandos(as) do curso de Gestão Empresarial – EaD, Fatec São Paulo: Cicero Henrique Soares Silva; Cristiane Isabel de Lima Moura; Jair Henrique de Godoy Reis; Lorrany Ilana Gomes; Pedro Henrique Atripoli.

(2)Professora orientadora do curso de Gestão Empresarial – EaD, Fatec São Paulo: Profa. Me. Marluce Gavião Sacramento Dias.

Esse modelo, fortemente associado à lógica do consumo rápido (fast fashion), reforça o ciclo linear de produção, baseado em “extrair, produzir, consumir e descartar”. Diante desse panorama, surgem questionamentos urgentes sobre a necessidade de repensar padrões de consumo e adotar práticas mais sustentáveis.

Nesse contexto, a economia circular apresenta-se como uma alternativa inovadora e necessária, propondo um sistema no qual produtos e materiais permanecem em uso pelo maior tempo possível, seja por meio da reutilização, da reciclagem ou do reuso. No setor têxtil, a circularidade se traduz na valorização de peças que prolongam sua vida útil, reduzindo a demanda por novos recursos e minimizando os impactos ambientais. Assim, práticas de reuso, como a venda de roupas em brechós, assumem papel central nesse processo.

Os brechós, por sua vez, não apenas ampliam o acesso a peças de qualidade por preços mais acessíveis, como também promovem a conscientização sobre consumo responsável. Ao oferecerem roupas de segunda mão, incentivam a população a enxergar valor em produtos já existentes, em vez de priorizar a aquisição de novos. Essa lógica rompe com a cultura descartável e contribui para a construção de novos hábitos de consumo.

De acordo com os resultados da pesquisa realizada com clientes do Éden Brechó, observa-se que a maioria dos consumidores busca esse tipo de comércio principalmente pelo preço acessível (46,7%) e pela qualidade das peças (20%). Além disso, grande parte dos participantes afirmou comprar roupas em brechós “às vezes” (46,7%) ou “frequentemente” (40%), revelando uma adesão crescente a esse modelo alternativo de consumo.

Outro ponto relevante é o nível de conhecimento acerca do conceito de economia circular. Mais da metade dos entrevistados (53,3%) afirmou já conhecer o tema antes de realizar compras em brechós, enquanto outros 26,7% já haviam ouvido falar, mas sem aprofundamento. Esses dados indicam que há um espaço significativo para a disseminação de informações e para a sensibilização da comunidade em relação aos benefícios ambientais e sociais do consumo de roupas de reuso.

No que diz respeito à sustentabilidade, a percepção dos consumidores é unânime: 100% dos respondentes acreditam que a aquisição de roupas de reuso contribui para a redução dos impactos ambientais. Esse consenso reforça a importância dos brechós não apenas como espaços comerciais, mas como agentes transformadores de mentalidades e práticas sociais alinhadas aos Objetivos de

Desenvolvimento Sustentável (ODS), especialmente os de número 12 (Consumo e Produção Responsáveis) e 13 (Ação contra as Mudanças Climáticas).

Além disso, os fatores mais valorizados pelos consumidores na escolha por brechós são a economia financeira (40%) e a qualidade/durabilidade das peças (40%), seguidos pela exclusividade (20%). Essa preferência demonstra que o consumo sustentável não se restringe à dimensão ambiental, mas também dialoga com aspectos econômicos e sociais, reforçando a multifuncionalidade dos brechós enquanto alternativa de mercado.

Diante desse cenário, este trabalho tem como objetivo analisar a contribuição do Éden Brechó para a promoção do consumo sustentável e para a disseminação dos princípios da economia circular. Busca-se compreender de que forma a prática do reuso de roupas pode atuar na redução de impactos ambientais e na transformação cultural da comunidade, incentivando hábitos de consumo mais conscientes e colaborativos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A economia linear, baseada no ciclo de extração, produção, consumo e descarte, consolidou-se como modelo predominante desde a Revolução Industrial. Entretanto, esse sistema vem sendo amplamente questionado devido ao esgotamento dos recursos naturais e ao aumento expressivo da poluição e da geração de resíduos. Segundo Geissdoerfer et al. (2017), o modelo linear não é mais suficiente para sustentar as demandas atuais, exigindo alternativas que conciliem desenvolvimento econômico e preservação ambiental.

Nesse contexto, surge a economia circular como paradigma inovador, cujo princípio fundamental é manter produtos, componentes e materiais em uso pelo maior tempo possível. Esse conceito ultrapassa a lógica da reciclagem, ao propor estratégias de reuso, remanufatura e prolongamento da vida útil de produtos. Para Kirchherr, Reike e Hekkert (2017), a economia circular representa não apenas uma estratégia de gestão de resíduos, mas uma transformação sistêmica que integra dimensões econômicas, sociais e ambientais.

No setor da moda, a necessidade de circularidade se torna ainda mais urgente. Estudos como os de Niinimäki et al. (2020) evidenciam que a indústria têxtil é uma das mais poluentes do mundo, responsável por elevado consumo de água, uso intensivo

de energia e emissão significativa de gases de efeito estufa. O fenômeno do fast fashion intensifica esse problema, ao estimular ciclos curtos de produção e consumo, resultando no descarte acelerado de roupas em escala global.

Para combater esse cenário, práticas de reuso e prolongamento do ciclo de vida das peças ganham destaque, sendo os brechós um exemplo claro dessa transformação. Segundo Pal e Gander (2018), o comércio de roupas de segunda mão reduz a pressão sobre os recursos naturais e diminui a demanda por novos processos produtivos. Dessa forma, o mercado de segunda mão não apenas mitiga impactos ambientais, mas também oferece alternativas acessíveis e sustentáveis aos consumidores.

A relevância dos brechós também pode ser observada sob a ótica econômica. A Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2021) destaca que a economia circular pode gerar benefícios financeiros significativos, estimulando novos modelos de negócios e fortalecendo empreendimentos locais. No caso dos brechós, a comercialização de roupas usadas não só promove inclusão social, como também viabiliza o acesso democrático a produtos de qualidade por preços reduzidos.

Além dos aspectos ambientais e econômicos, o consumo de roupas de segunda mão possui impacto social e cultural relevante. Fletcher (2014) ressalta que a moda sustentável vai além da preservação ecológica, representando um espaço de construção de valores éticos e de identidade coletiva. Nesse sentido, brechós contribuem para a formação de uma cultura de consumo mais crítica, que valoriza solidariedade, exclusividade e estilo pessoal sem comprometer os recursos naturais.

As práticas de consumo colaborativo também são apontadas como fundamentais na construção da circularidade. Mont et al. (2013) defendem que ações como compartilhamento, aluguel, troca e revenda de roupas têm potencial de reduzir substancialmente a necessidade de novos produtos, evitando a extração de matérias-primas. Esse tipo de iniciativa não apenas diminui a pressão sobre os ecossistemas, mas também ressignifica a maneira como os consumidores se relacionam com o vestuário.

No cenário internacional, a União Europeia tem se destacado na implementação de políticas voltadas para a economia circular. A European Commission (2020) estabelece que a circularidade é uma das principais estratégias para alcançar a neutralidade climática até 2050, conectando diretamente o setor da moda aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Essa visão é

compartilhada pela ONU (2023), que reconhece a moda como um dos setores-chave na transição para práticas sustentáveis globais.

No Brasil, entretanto, a implementação da economia circular ainda enfrenta desafios. De acordo com Lima e Santos (2022), a ausência de incentivos governamentais e a falta de conscientização da população dificultam a adoção plena desse modelo. Contudo, iniciativas locais, como brechós comunitários e coletivos de moda sustentável, mostram que é possível adaptar os princípios da circularidade às realidades regionais, gerando impactos positivos em pequena e larga escala.

Bocken, Bakker e Pauw (2016) enfatizam que, para empresas circulares se consolidarem, é necessário repensar modelos de negócios de forma inovadora. No caso dos brechós, isso significa investir em estratégias que priorizem durabilidade, reutilização e reaproveitamento das peças. Essa lógica favorece a criação de sistemas mais eficientes no uso de recursos, ao mesmo tempo em que amplia as possibilidades de acesso ao vestuário sustentável.

A transição para práticas circulares na moda também deve ser compreendida como mudança cultural. Murray, Skene e Haynes (2017) destacam que a circularidade exige novas formas de pensar não apenas a produção, mas também o consumo e o comportamento social. Essa perspectiva torna-se essencial para que a economia circular seja entendida como um movimento coletivo e não apenas empresarial, envolvendo consumidores, produtores e governos em uma transformação sistêmica.

Cabe ressaltar que a aplicação da economia circular na moda não deve ser vista somente como alternativa ambiental, mas como oportunidade de inovação e justiça social. Conforme Fletcher e Tham (2019), ao promover consumo consciente, prolongar o ciclo de vida dos produtos e democratizar o acesso à moda, os brechós e iniciativas similares ampliam os impactos positivos para além da sustentabilidade ecológica. Dessa maneira, o setor da moda pode se tornar um agente estratégico na construção de um futuro mais justo, inclusivo e ambientalmente responsável.

3 METODOLOGIA

O presente estudo tem como objeto de análise o Éden Brechó, localizado na cidade de Suzano-SP, cujo funcionamento se alinha aos princípios da economia circular e do consumo sustentável. A escolha dessa unidade de análise deve-se ao seu papel como agente local de transformação, promovendo o reuso de roupas e

fomentando práticas que reduzem o impacto ambiental do setor têxtil. Assim, o estudo de caso torna-se pertinente para compreender os efeitos sociais, econômicos e ambientais de iniciativas de moda circular.

A população-alvo do estudo é composta por clientes do Éden Brechó, englobando indivíduos de diferentes faixas etárias e níveis socioeconômicos que realizam compras no estabelecimento. A amostra foi constituída por meio da aplicação de questionários online, respondidos voluntariamente. Embora não probabilística, essa amostra é representativa do público consumidor do brechó, permitindo observar tendências de comportamento e consciência ambiental.

O instrumento de coleta de dados utilizado foi um questionário estruturado, contendo questões fechadas e abertas. As perguntas abordaram aspectos como frequência de consumo em brechós, motivações de compra, conhecimento prévio sobre economia circular e percepção sobre a contribuição das roupas de reuso para a sustentabilidade. A escolha desse instrumento justificou-se pela praticidade na coleta de informações e pela possibilidade de quantificar e comparar respostas, além de permitir uma análise mais aprofundada das percepções e motivações dos participantes, característica de uma pesquisa de abordagem quali-quantitativa, que combina dados numéricos e descritivos para uma compreensão mais ampla do fenômeno estudado.

As variáveis investigadas foram organizadas em três categorias principais: ambientais (percepção de impacto ecológico da reutilização de roupas), econômicas (vantagens financeiras associadas ao consumo em brechós) e socioculturais (valores, exclusividade e estilo pessoal relacionados ao reuso de roupas). Essa definição permitiu estruturar a análise de forma abrangente, correlacionando os diferentes aspectos que influenciam o consumo sustentável.

A coleta de dados foi realizada em duas etapas: inicialmente, por meio da aplicação de questionários aos clientes do brechó, e em seguida, pela sistematização e organização das respostas em planilhas digitais. O processamento dos dados quantitativos foi feito através de estatística descritiva, com cálculos de frequência relativa e absoluta, representados em gráficos e tabelas. Já os dados qualitativos foram interpretados por meio de análise de conteúdo, permitindo identificar padrões e percepções recorrentes entre os participantes.

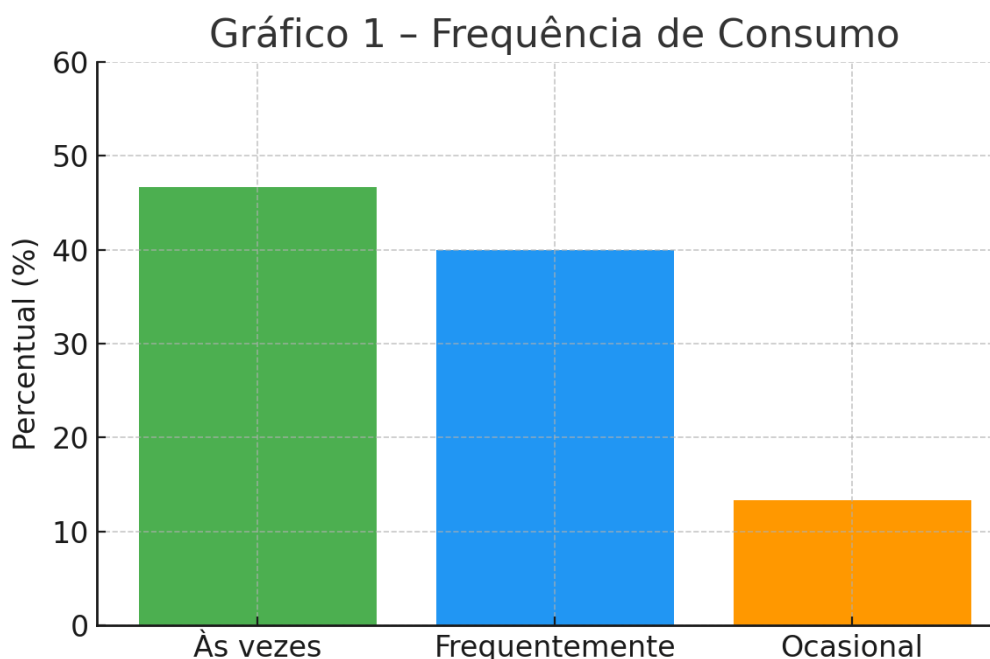
Os métodos empregados buscaram garantir a confiabilidade e a replicabilidade da pesquisa. A triangulação entre dados bibliográficos, estudo de caso e resultados

empíricos fortaleceu a análise, possibilitando não apenas avaliar o impacto do Éden Brechó em Suzano-SP, mas também propor estratégias que possam ser aplicadas em outros contextos. Dessa maneira, a metodologia adotada assegura rigor científico e contribui para a consolidação do estudo como referência em práticas de economia circular no setor da moda.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 Perfil e Frequência de Consumo dos Respondentes

O Gráfico 1 apresenta a frequência de compras no Éden Brechó. Observa-se que 46,7% dos clientes compram às vezes, 40% compram frequentemente e 13,3% realizam compras de forma ocasional. Esses dados indicam que a maioria dos consumidores já incorporou o hábito de adquirir roupas de reuso como prática regular, demonstrando uma tendência de fidelização e de consolidação de novos padrões de consumo mais sustentáveis.



Fonte: Autores (2025)

O perfil dos respondentes revelou uma diversidade de consumidores que frequentam o Éden Brechó, incluindo diferentes faixas etárias, gêneros e níveis socioeconômicos. Essa heterogeneidade é relevante, pois demonstra que o consumo de roupas de reuso não se limita a um nicho específico, mas alcança públicos variados. De acordo com Fletcher (2014), a moda sustentável deve ser compreendida como um movimento plural, capaz de englobar diferentes perfis sociais e de ampliar

o acesso democrático ao vestuário.

Em relação à frequência de consumo, observou-se que a maioria dos entrevistados afirmou comprar roupas em brechós “às vezes” (46,7%), seguida por aqueles que consomem “frequentemente” (40%). Esse dado indica que grande parte da amostra já incorporou a compra de roupas usadas como prática recorrente, ainda que não exclusiva. Segundo Mont et al. (2013), esse tipo de comportamento demonstra uma mudança gradual nos padrões de consumo, aproximando-se de práticas colaborativas e sustentáveis.

Outro aspecto importante refere-se à presença de consumidores ocasionais, que representam uma parcela menor da amostra (13,3%). Esse dado sugere que, embora os brechós tenham conquistado espaço na comunidade, ainda existem barreiras culturais e sociais que limitam a adesão plena a esse modelo de consumo. Pal e Gander (2018) destacam que, em muitos contextos, o consumo de segunda mão ainda é cercado de estigmas, exigindo estratégias de conscientização para ampliar sua aceitação.

A análise do perfil socioeconômico também aponta que a busca por alternativas mais acessíveis é uma motivação central para os consumidores. Muitos veem nos brechós a oportunidade de economizar sem abrir mão da qualidade. Esse dado dialoga com a literatura da Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2021), que enfatiza o potencial da economia circular em gerar benefícios financeiros, especialmente para populações que enfrentam restrições orçamentárias.

A frequência de consumo verificada nos dados da pesquisa também pode estar associada à crescente valorização da exclusividade. Diferentemente da moda rápida, que produz peças em grande escala, os brechós oferecem roupas únicas, o que atrai consumidores que desejam se diferenciar por meio do estilo. Fletcher e Tham (2019) observam que a moda sustentável pode reforçar identidades individuais e coletivas, oferecendo alternativas éticas sem perder a dimensão estética.

No que se refere às faixas etárias, é possível inferir que os jovens tendem a estar mais abertos ao consumo em brechós, em razão de sua maior exposição às discussões sobre sustentabilidade e às tendências de consumo consciente. Essa tendência confirma estudos como os de Niinimäki et al. (2020), que associam as novas gerações a uma mudança cultural no setor da moda, caracterizada pela preocupação ambiental e pela rejeição de práticas associadas ao fast fashion.

Além disso, a frequência com que os consumidores recorrem ao Éden Brechó

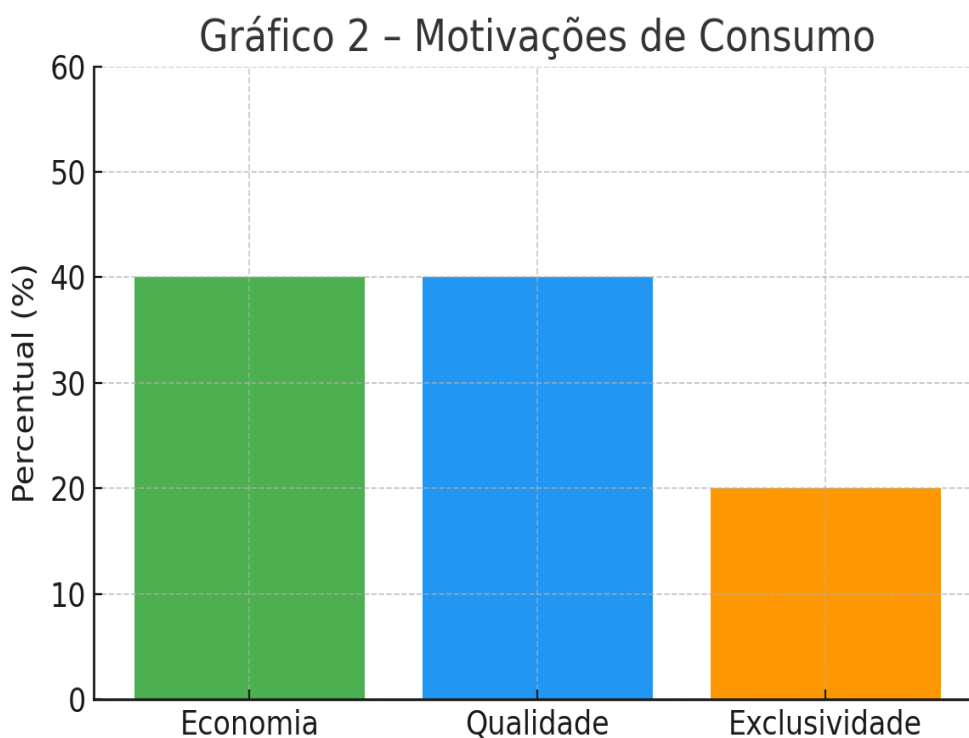
sugere que há um processo de fidelização em andamento. A continuidade desse hábito reforça a ideia de que o consumo em brechós não é apenas circunstancial, mas pode se consolidar como parte do cotidiano. Esse resultado é coerente com a visão de Bocken, Bakker e Pauw (2016), segundo a qual modelos de negócios circulares precisam criar valor contínuo para os consumidores a fim de se manterem sustentáveis ao longo do tempo.

Por fim, é importante destacar que os dados obtidos sobre o perfil e a frequência de consumo revelam uma tendência positiva em direção à adoção de práticas mais responsáveis na moda. Embora ainda existam desafios a serem superados, os números evidenciam que os brechós vêm conquistando espaço como alternativa viável e sustentável. Dessa forma, o Éden Brechó mostra-se não apenas como um espaço comercial, mas como um agente educativo e cultural que contribui para a construção de novos hábitos de consumo na cidade de Suzano-SP.

4.2 Motivações e Benefícios do Consumo em Brechós

Os resultados da pesquisa evidenciam que os consumidores do Éden Brechó são motivados principalmente por aspectos econômicos e qualitativos. Entre os entrevistados, 40% destacaram a economia financeira como principal benefício, enquanto outros 40% apontaram a qualidade e a durabilidade das peças como fator determinante. Esses dados confirmam que a busca por roupas acessíveis, mas que mantenham bom padrão de uso é um dos maiores atrativos do mercado de segunda mão.

Outro elemento relevante identificado foi a exclusividade, mencionada por 20% dos respondentes. Essa motivação está relacionada ao fato de que os brechós oferecem peças únicas, em contraste com o modelo da moda rápida, que privilegia a produção em massa. Fletcher e Tham (2019) defendem que o consumo de roupas exclusivas permite ao indivíduo expressar sua identidade pessoal de forma autêntica, aproximando-se de uma moda mais ética e criativa.



Fonte: Autores (2025)

Além das vantagens econômicas e estéticas, os consumidores reconhecem benefícios ambientais no ato de comprar em brechós. Todos os respondentes afirmaram acreditar que o consumo de roupas de reuso contribui para a redução de impactos ambientais. Esse dado mostra que há uma consciência coletiva em torno da relevância dos brechós como alternativa sustentável. De acordo com Ellen MacArthur Foundation (2021), prolongar a vida útil de uma peça de roupa por apenas nove meses pode reduzir sua pegada ambiental em até 30%, o que reforça a pertinência dessa percepção.

As motivações também estão relacionadas a um reposicionamento cultural do consumo. Muitos consumidores não enxergam os brechós apenas como espaços de economia, mas como locais que reforçam valores ligados à sustentabilidade, solidariedade e inovação. Pal e Gander (2018) destacam que o consumo colaborativo e o reuso de roupas representam novas formas de engajamento social, ampliando os impactos da economia circular para além da esfera ambiental.

Os dados obtidos na pesquisa mostram ainda que, para parte significativa dos consumidores, os brechós oferecem uma oportunidade de conciliar estilo com responsabilidade socioambiental. Esse resultado vai ao encontro das análises de Niinimäki et al. (2020), que apontam para a necessidade de transformar o setor da moda em uma indústria menos dependente de recursos naturais e menos geradora

de resíduos. Nesse sentido, o consumo em brechós se configura como prática de resistência ao modelo do fast fashion.

Outro benefício frequentemente apontado pelos consumidores é a possibilidade de democratização da moda. Ao oferecer preços acessíveis, os brechós permitem que pessoas de diferentes classes sociais tenham acesso a roupas de qualidade, reforçando sua relevância social. Fletcher (2014) argumenta que a moda sustentável deve ser compreendida não apenas como prática ambientalmente correta, mas também como um movimento de inclusão que promove justiça social e diversidade.

Em síntese, as motivações e benefícios identificados nos consumidores do Éden Brechó demonstram que a escolha pelo consumo de roupas de reuso resulta da combinação de fatores econômicos, estéticos, ambientais e sociais. Essa multiplicidade de razões fortalece a importância dos brechós como agentes de transformação cultural e ambiental, capazes de redefinir os padrões de consumo e de ampliar o alcance da economia circular no setor da moda.

4.3 Conhecimento sobre Economia Circular e Sustentabilidade

Os resultados da pesquisa revelaram que uma parte significativa dos consumidores do Éden Brechó possui algum nível de conhecimento sobre economia circular. Cerca de 53,3% dos respondentes afirmaram já conhecer o conceito antes mesmo de realizar compras no brechó, enquanto 26,7% declararam já ter ouvido falar, mas sem aprofundamento. Esses números demonstram que o tema já está presente no imaginário coletivo, embora ainda careça de maior disseminação e compreensão prática.

Esse dado é relevante, pois indica que o consumo consciente não ocorre apenas por motivos econômicos, mas também pode estar associado à internalização de valores ligados à sustentabilidade. Para Murray, Skene e Haynes (2017), a economia circular exige uma mudança cultural, em que o comportamento dos consumidores desempenha papel essencial para consolidar a transição de um sistema linear para um modelo regenerativo.

Outro ponto observado é que 20% dos entrevistados afirmaram não conhecer a economia circular antes da pesquisa. Esse resultado mostra que, embora o conceito esteja em expansão, ainda existe um público pouco informado, que precisa ser alcançado por iniciativas educativas e campanhas de sensibilização. Segundo Lima e

Santos (2022), a falta de conscientização dos consumidores é um dos principais entraves para a consolidação da circularidade no setor da moda no Brasil.

Apesar de diferenças no nível de conhecimento, todos os entrevistados reconheceram a importância do consumo de roupas de reuso para a sustentabilidade. Esse consenso sugere que, mesmo quando o termo “economia circular” não é amplamente conhecido, sua aplicação prática — por meio da reutilização de roupas — já é percebida como benéfica. Isso confirma a análise de Geissdoerfer et al. (2017), para quem a circularidade deve ser entendida não apenas como conceito teórico, mas como prática social transformadora.

Os consumidores que demonstraram maior conhecimento sobre o tema tendem a valorizar ainda mais os benefícios ambientais das compras em brechós. Essa correlação indica que a educação ambiental pode intensificar a adesão a práticas sustentáveis. A European Commission (2020) ressalta que a informação e a conscientização são pilares fundamentais para a transição para a economia circular, especialmente em setores de alto impacto como o têxtil.

A percepção positiva dos entrevistados também está relacionada à ideia de corresponsabilidade ambiental. Muitos consumidores entendem que suas escolhas individuais, como comprar em brechós, podem contribuir para a redução da poluição e para a diminuição da geração de resíduos. Essa visão dialoga com Fletcher (2014), que afirma que o consumo de moda sustentável promove uma ética coletiva, estimulando valores de solidariedade e consciência social.

Outro aspecto importante é a relação entre conhecimento e engajamento comunitário. Iniciativas locais, como o Éden Brechó, funcionam como espaços educativos que aproximam a comunidade da prática da economia circular. De acordo com Pal e Gander (2018), o reuso de roupas não apenas prolonga o ciclo de vida dos produtos, mas também introduz novos modelos de negócios baseados na colaboração e no aprendizado social.

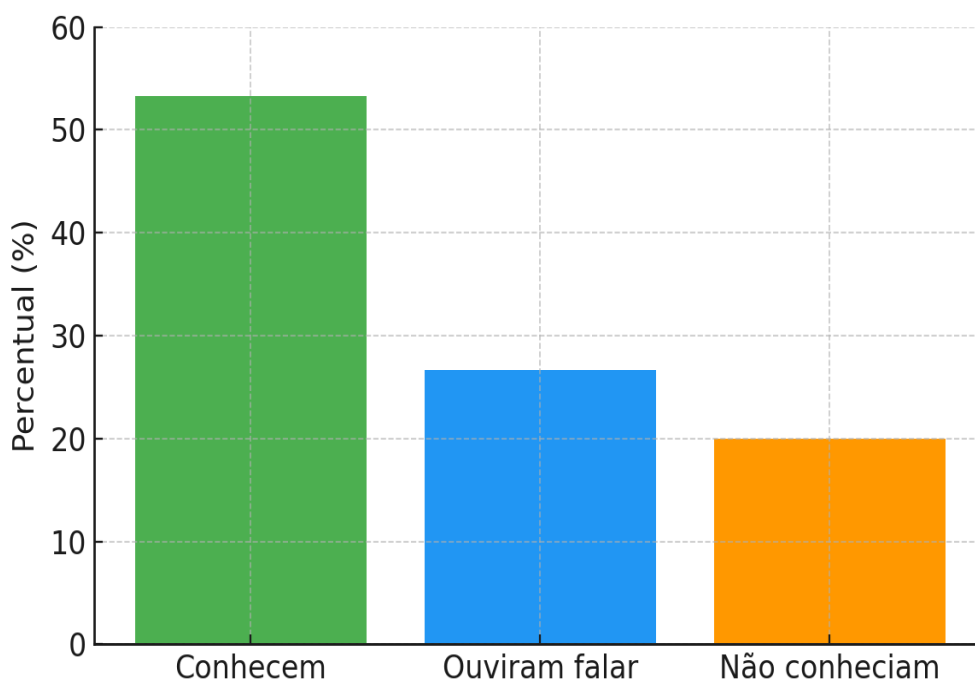
A análise dos dados também sugere que a falta de conhecimento formal não impede o consumidor de adotar práticas circulares. Muitos entrevistados consomem em brechós por razões econômicas ou estéticas, mas acabam contribuindo indiretamente para a sustentabilidade. Essa constatação reforça o argumento de Mont et al. (2013), segundo o qual práticas colaborativas, como a revenda de roupas, podem gerar benefícios ambientais mesmo quando não são motivadas diretamente pela consciência ecológica.

Em síntese, o nível de conhecimento sobre economia circular entre os consumidores do Éden Brechó é variado, mas a percepção sobre sua importância ambiental é unânime. Esse cenário aponta para a necessidade de intensificar estratégias de sensibilização e educação, de modo a transformar práticas já existentes em escolhas cada vez mais conscientes. Assim, o brechó cumpre não apenas uma função comercial, mas também educativa e social, ampliando seu papel como agente de transformação sustentável na cidade de Suzano-SP.

4.4 Confronto dos Resultados com a Literatura

Os resultados obtidos na pesquisa com os clientes do Éden Brechó confirmam tendências já apontadas pela literatura acadêmica. A elevada adesão ao consumo de roupas de segunda mão, motivada principalmente por economia financeira e qualidade das peças, vai ao encontro das análises da Confederação Nacional da Indústria (CNI, 2021), que aponta o potencial da economia circular em gerar benefícios econômicos diretos à população, além de impulsionar negócios locais.

Gráfico 3 – Conhecimento sobre Economia Circular



Fonte: Autores (2025)

A exclusividade, destacada por parte dos entrevistados como motivação de compra, reforça os argumentos de Fletcher e Tham (2019), segundo os quais a moda sustentável valoriza a individualidade e possibilita novas formas de expressão pessoal. Ao preferirem peças únicas, os consumidores do brechó demonstram rejeição parcial à lógica do fast fashion, caracterizado pela homogeneização e pela

produção em massa, aspecto também abordado por Niinimäki et al. (2020).

No que se refere ao conhecimento sobre economia circular, embora nem todos os entrevistados dominem o conceito, a percepção positiva sobre os benefícios ambientais do reuso confirma a análise de Geissdoerfer et al. (2017). Os autores defendem que a circularidade deve ser entendida como prática social que gera resultados concretos mesmo quando não é plenamente internalizada em termos teóricos. Isso evidencia que o impacto da circularidade ultrapassa a esfera conceitual e se materializa no comportamento cotidiano.

A unanimidade dos participantes em reconhecer que o consumo em brechós contribui para a sustentabilidade dialoga com os apontamentos da Ellen MacArthur Foundation (2021). A instituição demonstra que prolongar a vida útil de roupas reduz significativamente sua pegada ecológica. Essa percepção reforça a relevância dos brechós como estratégia prática para a mitigação dos impactos ambientais do setor têxtil, um dos mais poluentes do mundo.

Além disso, o processo de fidelização identificado na frequência de compras está alinhado com as discussões de Bocken, Bakker e Pauw (2016), que defendem a necessidade de criar valor contínuo em modelos de negócios circulares. O comportamento dos consumidores do Éden Brechó mostra que o reuso de roupas pode deixar de ser uma prática eventual e transformar-se em hábito consolidado, contribuindo para mudanças culturais de longo prazo.

Os resultados também dialogam com Pal e Gander (2018), ao demonstrarem que os brechós funcionam como espaços de inovação social e educativa. Mesmo consumidores que não tinham conhecimento prévio sobre economia circular acabam se engajando em práticas sustentáveis por meio da compra de roupas de reuso. Isso confirma a literatura de que a circularidade na moda não depende apenas de políticas públicas ou grandes empresas, mas pode ser efetivamente promovida por iniciativas locais que impactam diretamente as comunidades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise realizada no Éden Brechó permitiu compreender de que forma o consumo de roupas de reuso pode contribuir para a promoção da economia circular e para a sustentabilidade no setor da moda. Os dados coletados evidenciaram que o brechó desempenha um papel significativo não apenas como espaço comercial, mas

também como agente cultural e educativo, capaz de transformar práticas de consumo e estimular novos hábitos na comunidade local.

Verificou-se que as motivações dos consumidores estão associadas principalmente a fatores econômicos, como a economia financeira, e qualitativos, como a durabilidade e a exclusividade das peças. Esses aspectos, somados ao reconhecimento dos benefícios ambientais do reuso, confirmam que os brechós são alternativas viáveis e sustentáveis frente ao modelo linear da moda rápida, marcado pelo desperdício e pela produção em massa.

Os resultados também mostraram que, embora nem todos os consumidores tenham conhecimento aprofundado sobre economia circular, a prática de comprar roupas usadas já representa uma forma de participação efetiva nesse modelo. Esse dado demonstra que a circularidade pode ser incorporada ao cotidiano mesmo de forma intuitiva, desde que existam espaços que viabilizem o reuso, como os brechós.

Outro ponto relevante observado é a percepção unânime dos respondentes quanto à contribuição dos brechós para a redução dos impactos ambientais. Essa visão fortalece a ideia de que o consumo consciente está se consolidando como valor social, especialmente em contextos locais, nos quais as escolhas individuais ganham relevância coletiva.

A pesquisa contribui, assim, para evidenciar a importância dos brechós como instrumentos de democratização da moda, inclusão social e fortalecimento de práticas circulares. Além de reforçar a relevância dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 12 e 13, o estudo mostra que iniciativas simples e acessíveis podem gerar impactos expressivos na redução de resíduos têxteis e na conscientização ambiental da comunidade.

Por fim, cabe destacar que os resultados alcançados abrem caminho para novas pesquisas voltadas à compreensão do comportamento do consumidor em relação à moda sustentável, bem como para a análise de estratégias que ampliem o alcance dos brechós. Dessa maneira, este trabalho reforça a necessidade de repensar o consumo de moda em direção a práticas mais responsáveis, colocando os brechós como protagonistas no processo de transição para uma economia circular.

Referências

BOCKEN, Nancy M. P.; BAKKER, Conny; PAUW, Inge de. Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, v. 33, n. 5, p. 308-320, 2016.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA (CNI). *Economia circular no Brasil: oportunidades e desafios*. Brasília: CNI, 2021.

ELLEN MACARTHUR FOUNDATION. *What is the Circular Economy?* Cowes: Ellen MacArthur Foundation, 2021. Disponível em: <https://ellenmacarthurfoundation.org/>. Acesso em: 18 set. 2025.

EUROPEAN COMMISSION. *A new Circular Economy Action Plan: For a cleaner and more competitive Europe*. Brussels: European Union, 2020. Disponível em: <https://ec.europa.eu/>. Acesso em: 18 set. 2025.

FLETCHER, Kate. *Sustainable fashion and textiles: design journeys*. 2. ed. London: Routledge, 2014.

FLETCHER, Kate; THAM, Mathilda. *Earth Logic: Fashion Action Research Plan*. London: The JJ Charitable Trust, 2019.

GEISSDOERFER, Martin; SAVAGET, Paulo; BOCKEN, Nancy M. P.; HULTINK, Erik Jan. The Circular Economy – A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, v. 143, p. 757-768, 2017.

KIRCHHERR, Julian; REIKE, Denise; HEKKERT, Mark. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, v. 127, p. 221-232, 2017.

LIMA, Ana Paula; SANTOS, Rodrigo. Economia circular e o setor têxtil no Brasil: desafios e perspectivas. *Revista Brasileira de Sustentabilidade*, v. 11, n. 2, p. 45-59, 2022.

MONT, Oksana; HEISKANEN, Eva; SCHRADER, Ulf; KUJALA, Sari. Collaborative consumption: the new business model of sustainability? *Journal of Cleaner Production*, v. 29, p. 189-198, 2013.

MURRAY, Alan; SKENE, Keith; HAYNES, Kathryn. The Circular Economy: An interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. *Journal of Business Ethics*, v. 140, n. 3, p. 369-380, 2017.

NIINIMÄKI, Kirsi; PETERS, Greg; DAHLBO, Helena; KJÆR, Louise Laursen; RØD, Jarkko; SATO, Satoshi; KOSKELA, Seija. The environmental price of fast fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, v. 1, p. 189-200, 2020.

ONU BRASIL. *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e suas Metas*. Brasília: Organização das Nações Unidas, 2023. Disponível em: <https://brasil.un.org/>. Acesso em: 18 set. 2025.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME – UNEP. *UN Alliance for Sustainable Fashion addresses damage of fast fashion*. Nairobi: UNEP, 2019.

Questionário – Consumo Sustentável e Economia Circular no Éden Brechó

- 1. Com que frequência você costuma comprar roupas em brechós?**
☐ Nunca ☐ Raramente ☐ Às vezes ☐ Frequentemente ☐ Sempre
- 2. Qual foi o principal motivo que levou você a comprar no Éden Brechó?**
☐ Preço acessível ☐ Qualidade das peças ☐ Sustentabilidade/consumo consciente ☐ Variedade de produtos ☐ Outro:
- 3. Antes de comprar em brechós, você já tinha conhecimento sobre o conceito de economia circular?**
☐ Sim ☐ Não ☐ Ouvi falar, mas não sei muito bem o que significa
- 4. Na sua opinião, a aquisição de roupas de reuso pode contribuir para a redução dos impactos ambientais?**
☐ Sim ☐ Não ☐ Não sei opinar
- 5. Qual destes fatores você considera mais importante ao escolher roupas em brechós?** ☐ Sustentabilidade
☐ Economia financeira ☐ Exclusividade/peças únicas
☐ Qualidade/durabilidade
- 6. Você recomendaria o consumo em brechós para amigos ou familiares como uma prática sustentável?**
☐ Sim ☐ Não ☐ Talvez
- 7. Na sua opinião, quais são as principais vantagens de comprar em brechós?**
- 8. Quais são as principais barreiras ou dificuldades que você enxerga para que mais pessoas comprem em brechós?**
- 9. Ao comprar roupas no Éden Brechó, você sente que está contribuindo para uma mudança de mentalidade sobre consumo?**
☐ Sim ☐ Não ☐ Parcialmente
- 10. O que poderia ser feito para melhorar a experiência de compra no Éden Brechó e estimular ainda mais o consumo consciente?**