

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS – UFGD
FACULDADE DE CIÊNCIAS HUMANAS – FCH
CURSO DE GEOGRAFIA – LICENCIATURA

**O MERCADO DE ROUPAS DE SEGUNDA-MÃO EM DOURADOS-MS: UM OLHAR
GEOGRÁFICO SOBRE OS BRECHÓS**

IARA PEREIRA CARDOSO

DOURADOS

2023

Iara Pereira Cardoso

**O MERCADO DE ROUPAS DE SEGUNDA-MÃO EM DOURADOS-MS: UM OLHAR
GEOGRÁFICO SOBRE OS BRECHÓS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada ao Curso de Graduação em Geografia – Licenciatura, da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD), para obtenção do título de Licenciada em Geografia.

Orientador: Prof.º Dr.º Luciano Pereira Duarte Silva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP).

C268m Cardoso, Iara Pereira

O mercado de roupas de segunda-mão em Dourados-MS: Um olhar geográfico sobre os brechós [recurso eletrônico] / Iara Pereira Cardoso. -- 2023.

Arquivo em formato pdf.

Orientador: Luciano Pereira Duarte Silva.

TCC (Graduação em Geografia)-Universidade Federal da Grande Dourados, 2023.

Disponível no Repositório Institucional da UFGD em:

<https://portal.ufgd.edu.br/setor/biblioteca/repositorio>

1. Brechós. 2. Especialização. 3. Circuito Inferior. 4. Segunda-Mão. 5. Roupas Usadas. I. Silva, Luciano Pereira Duarte. II. Título.

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

©Direitos reservados. Permitido a reprodução parcial desde que citada a fonte.



ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Ata de Defesa do Trabalho de Conclusão de Curso em Licenciatura em Geografia de **Iara Pereira Cardoso**.

Aos vinte e seis dias do mês de abril de dois mil e vinte e três, reuniu-se a banca examinadora do trabalho apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso em Licenciatura em Geografia de **Iara Pereira Cardoso**. (RGA: 20170618L95223), intitulado: "O MERCADO DE ROUPAS DE SEGUNDA-MÃO EM DOURADOS-MS: UM ESTUDO SOBRE SUA ESPACIALIZAÇÃO E O PERFIL DOS CONSUMIDORES. UM OLHAR GEOGRÁFICO SOBRE OS BRECHÓS".

Compuseram a banca examinadora: Prof. Dr. Luciano Pereira Duarte Silva (Orientador), Prof. Dr. Bruno Ferreira Campos (membro) e Profa. Dra. Silvana de Abreu (membro). Após a exposição oral a candidata foi arguida pelos componentes da banca que se reuniram reservadamente, e decidiram aprovar a monografia. Para constar, redigi a Ata que, aprovada por todos os presentes, vai assinada pelo orientador, e pelos demais membros da banca.

Prof. Dr. Luciano Pereira Duarte Silva
Orientador

Profa. Dra. Silvana de Abreu
Avaliador/Membro

Prof. Dr. Bruno Ferreira Campos
Avaliador/Membro

Iara Pereira Cardoso
Candidata (acadêmica)

Dedicatória

Dedico este trabalho a todas as mãos e mentes que lutam diariamente pela transformação radical da realidade.

AGRADECIMENTOS

Antes dos agradecimentos, apenas um esclarecimento, durante toda minha jornada acadêmica fui orientada pela Prof^a Dr^a Silvana de Abreu, que me orientou até a conclusão deste trabalho, entretanto no semestre que finalizei o trabalho a referida professora já estava afastada da graduação o que não permitiu que no sistema de matrículas estivéssemos vinculadas, assim fui acolhida pelo Prof.^o Dr.^o Luciano Pereira Duarte Silva, que me vinculou como sua orientanda e nos ajudou com todo processo burocrático que envolvia a banca de defesa. Deixo aqui meus agradecimentos ao professor por toda disponibilidade em me acolher.

Eu não poderia escrever esses agradecimentos se não fosse todo trabalho desempenhado durante uma vida inteira por minha Mãe, uma mulher nordestina, que migrou do estado da Bahia para São Paulo como outros milhares a procura de oportunidades, cresci vendo minha mãe trabalhar dia e noite sentada numa máquina de costura, aprendi a contar cedo, ajudava a conferir a quantidade de peças que ela produzia por lotes, mais velha, a vi trocar o trabalho em casa por um trabalho fora, crescemos assim rodeadas por roupas novinha, mas muitas vezes não sobrava tempo para o conserto das nossas próprias roupas, muito menos para comprar as roupas que ela mesmo produzia para as “marcas” que trabalhou, só depois de alguns anos comecei a compreender o porquê. Nós não tínhamos dinheiro para gastar com supérfluos e brinquedos, mas ela sempre me trazia os catálogos e revistas das coleções das empresas que costurava, nossa casa sempre teve muitos retalhos, papéis e aviamentos, eu e meus irmãos nos aventurávamos na fabricação de tudo que a mente de uma criança pode imaginar, condição que contribuiu para o meu desenvolvimento criativo. Minha mãe teve que deixar de estudar muito cedo, como muitos teve que trabalhar desde muito jovem, na lavoura e depois da indústria, sempre teve como referencia seu avô que muito a ensinou, acredito que por isso ela sempre teve uma grande admiração pela profissão professor, sempre me cobrou muito a respeito da minha formação quando decidi optar no vestibular para ser professora há mais de 900 km de casa, pensei que não iria me apoiar, até porque não era um momento bom financeiramente, mas quando fui aprovada, ela acreditou que era possível, sei que ela deu o sangue para que eu ocupasse este lugar. Hoje eu percebo o quanto dela existe em mim, muito antes de ter acesso aos debates de questões sociais na universidade, ela foi minha professora, me ensinou em primeiro lugar a ter coragem de lutar por um mundo mais justo, muito obrigada por tudo, sem você nada disso seria possível.

Agradeço a todas as oportunidades que a Universidade Pública me proporcionou, construí nessa cidade da terra vermelha meu lugar, agradeço aos companheiros de vida e luta que conheci durante a graduação e se tornaram minha família, Lucas Ortiz, Yuri Além, Laís Rondis e Karine Yumi, obrigada “GeoFriends” por todos os cafezinhos na biblioteca, as jantas no Restaurante Universitário e as cervejas que não eram sempre as melhores mas estão sempre acompanhadas de bons momentos, espero continuar a compartilhar a vida com vocês.

Agradeço a minha orientadora Silvana de Abreu, por ter me acolhido desde o primeiro momento e por ter proporcionado uma experiência de formação acadêmica e humana, agradeço por todas as trocas durante as reuniões do grupo de pesquisa (PPODER) e também por todas as experiências que se estenderam do ambiente universitário para uma caminhada coletiva durante todos esses anos, obrigada por todo cuidado durante o processo de elaboração deste trabalho, e

nós sabemos que só você poderia assumir o compromisso de trilhar novos caminhos dentro da geografia.

Vivi a universidade em todos os aspectos, no movimento estudantil construí laços de amizade e companheirismo, aos colegas que construíram comigo o Centro Acadêmico (CAGEO – Mario Geraldini) e o Diretório Central dos e das Estudantes da UFGD (DCE-UFGD) meu muito obrigada, foi nesta relação diária entre a luta em defesa de uma universidade pública e de qualidade com a ciência geográfica que me formei. Gostaria em especial de agradecer os companheiros: Franklin Schmalz, Carlos Gonzaga e Rodrigo Bernardes por tudo que dividimos até aqui dentro do movimento estudantil e no PSOL-Dourados. Algumas relações excederam as cercas da universidade e se tornam do lar, gostaria de agradecer a minha amiga de “rep soviet” Barbara Batistotti, obrigada por todos os sorrisos amiga.

Durante esses anos na UFGD pude experienciar o tripé, ensino, pesquisa e extensão, participei do movimento estudantil organizado e fui conselheira universitária no COUNI, Conselho de Curadores, Câmara de Ensino e me orgulho de ter participado mesmo num contexto de desmonte nas Instituições de Ensino, de conquistas como o acumulo de bolsas da assistência estudantil com bolsas de Ensino e Pesquisa, do processo contínuo de avaliação socioeconômica, da criação da brinquedoteca e de novas bolsas de assistência estudantil, durante a maior parte da graduação fui bolsista da assistência estudantil e fico feliz de ter contribuído para a permanência dos que virão.

Gostaria ainda de agradecer a todos os movimentos sociais que dividi lutas durante todos esses anos, em especial ao movimento indígena que tanto me ensina todos os dias. Durante todos esses anos em contato quase diário com os movimentos sociais pude desenvolver outras habilidades e fico feliz em fortalecer a luta através da comunicação e da arte.

Parte de toda essa experiência eu pude compartilhar com meu companheiro, Marco Henrique, não tenho palavras para agradecer a camaradagem, o amor e a cumplicidade compartilhados durante todos esses anos, quem diria que depois de ocupar a reitoria, você ocuparia meu coração. É claro, agradecer também por todos os livros emprestados, admiro sua trajetória e fico feliz por viver cada momento ao seu lado. Agradeço também a sua família que me acolheu como filha e que possamos continuar a compartilhar nossa trajetória.

E com certeza não poderia deixar de agradecer a todos e todas que constroem cotidianamente a Universidade Pública através do seu trabalho, a todos os técnicos e técnicas do administrativo, em especial os da Faculdade de Ciências Humanas, docentes, que contribuíram para minha formação acadêmica, mas que no caminhar junto se tornaram amigos e amigas, aos trabalhadores terceirizados e estudantes, meu muito obrigada.

Finalmente, agradeço por não ter meu diploma manchado com a assinatura dos interventores e do ex-presidente, no meu diploma brilhará a democracia.

Dourados, 19 de abril de 2023.

*Sempre que o nosso casaco se rasga
você vêm correndo dizer: assim não pode ser;*

isso vai acabar, custe o que custar!

*Cheios de fé vão aos senhores
enquanto nós, cheios de frio, aguardamos.*

*E ao voltar, sempre triunfantes,
nos mostram o que por nós conquistam:*

Um pequeno remendo.

Ótimo, eis o remendo.

*Mas onde está
o nosso casaco?*

Canção do Remendo e do Casaco - Bertold Brecht

O MERCADO DE ROUPAS DE SEGUNDA-MÃO EM DOURADOS-MS: UM OLHAR GEOGRÁFICO SOBRE OS BRECHÓS

RESUMO

Este trabalho tem como objeto principal de pesquisa a espacialização dos brechós em Dourados-MS. Em suma, eles são estabelecimentos de vendas de roupas usadas, que desde o seu surgimento tem se enraizado nas cadeias produtivas de moda, no mundo, e no Brasil, de modo que buscamos então olhar para além do imaginário das aparências e encontrar neste setor outras perspectivas que estruturam o mercado em Dourados-MS. Como objetivo geral do trabalho buscamos compreender as relações entre moda, comércio, industrialização e a sociedade, realizando um levantamento sobre a dinâmica do mercado de roupas de segunda-mão em Dourados-MS, através das esferas da espacialização e do perfil consumidor. Na busca por explicações para compreender as relações (e contradições) que envolvem o mercado de roupas usadas, encontramos na teoria dos (dois) circuitos da economia urbana proposta pelo geógrafo brasileiro Milton Santos, arcabouço teórico que deu suporte para a categorização da realidade material dos brechós em Dourados-MS. A teoria de Santos (2008 [1979]), analisa a dinâmica das cidades considerando a interação entre os chamados circuitos econômicos, superior e inferior. A pesquisa permitiu a construção de uma espacialização dos brechós em Dourados. Dos dados levantados entre 1980 até maio de 2022, foram identificados 89 empreendimentos voltados para o mercado de segunda-mão em Dourados-MS, dentre os quais 44 estiveram ativos até maio de 2022. Nas duas pesquisas de perfil dos consumidores é possível encontrar muitas semelhanças: a maioria é de mulheres jovens, com idade entre os 20-25 anos, com acesso ao nível superior de ensino. Ainda, constatou-se ser um público qualificado e que privilegia suas escolhas com base na relação custo-benefício, mas também nas questões que tangenciam o consumo sustentável. Buscamos dar visibilidade a uma atividade do circuito inferior que tem crescido nas bases do discurso do consumo consciente e do reuso, mas que nos governos Temer e Bolsonaro tem relação com o empobrecimento da população brasileira.

Palavras-chave: Brechós; Espacialização; Circuito Inferior; Segunda-Mão; Roupas Usadas.

**THE SECOND-HAND CLOTHING MARKET IN DOURADOS-MS:
A GEOGRAPHICAL LOOK AT THE THRIFT STORES**

ABSTRACT

This work has as main object of research the spatialization of thrift stores in Dourados-MS. In short, they are used clothing sales establishments, which since their inception have been rooted in fashion production chains, in the world, and in Brazil, so that we seek to look beyond the imaginary of appearances and find in this sector other perspectives that structure the market in Dourados-MS. As a general objective of the work, we seek to understand the relationships between fashion, commerce, industrialization and society, conducting a survey on the dynamics of the second-hand clothing market in Dourados-MS, through the spheres of spatialization and consumer profile. In the search for explanations to understand the relationships (and contradictions) that surround the used clothing market, we found in the theory of (two) circuits of the urban economy proposed by the Brazilian geographer Milton Santos, a theoretical framework that supported the categorization of the material reality of thrift stores in Dourados-MS. Santos' theory (2008 [1979]) analyzes the dynamics of cities considering the interaction between the so-called economic circuits, upper and lower. The research allowed the construction of a spatialization of thrift stores in Dourados. From the data collected between 1980 and May 2022, 89 enterprises aimed at the second-hand market in Dourados-MS were identified, among which 44 were active until May 2022. In the two consumer profile surveys it is possible to find many similarities : the majority are young women, aged between 20-25, with access to higher education. Still, it was found to be a qualified public that favors their choices based on the cost-benefit ratio, but also on issues that touch on sustainable consumption. We seek to give visibility to an activity of the lower circuit that has grown on the basis of the discourse of conscious consumption and reuse, but which in the Temer and Bolsonaro governments is related to the impoverishment of the Brazilian population.

Key words: Thrift Stores; Spatialization; Lower Circuit; Second Hand; Used Clothes.

Lista de ilustrações e figuras

Figura 01 – Antiga Rota da Seda	27
Figura 02 – Croqui <i>layout</i> da Feira O Balaio Criativo	63
Figura 03 – Croqui de localização “Brechó da Cuiabá”	95
Figura 04 – Croqui de localização Brechó Popular	100
Figura 05 – Croqui de localização Mundo da Moda	106
Figura 06 – Croqui de localização Le Gusta Garimpa	109
Figura 07 – Conta do Instagram do Brecho Le gusta garimpa	110
Figura 08 – Croqui de localização May.concept – Café Brechó	114
Figura 09 – Croqui de localização Realmente Cat Brechó	118
Figura 10 – Croqui de localização Moça Pitanga Brechó	123
Figura 11 – Croqui de localização Moonnovent Brechó	127
Figura 12 – Croqui de localização Peça Rara Brechó	131
Fluxograma 1. Elos da Indústria Têxtil e Comércio de segunda-mão	41

Lista de gráficos e mapas

Gráfico 01 – Percentual de gênero (mulher e homem) entre entrevistados	56
Gráfico 02 – Percentual de idade entre entrevistados	57
Gráfico 03 – Percentual de renda entre entrevistados	57
Gráfico 04 – Percentual de identidade de gênero entre entrevistados durante a Feira O Balaio Criativo	63
Gráfico 05 – Percentual de idade entre entrevistados durante a Feira O Balaio Criativo	64
Gráfico 06 – Percentual de renda entre os entrevistados durante a Feira O Balaio Criativo	65
Gráfico 07 – Nível de escolaridade entre entrevistados durante a Feira O Balaio Criativo	66
Gráfico 08 – Além da feira o Balaio, você já comprou em outros brechós da cidade? .	70
Gráfico 09 – Como você prefere comprar em brechós?	71
Gráfico 10 – Com qual frequência você compra peças em brechós?	71
Gráfico 11 – Quando você compra em brechós, qual a forma de pagamento que você utiliza?	72
Gráfico 12 – Quais são as suas motivações para comprar em Brechó?	72
Gráfico 13 – Comparativo da relação de aberturas iniciais de empreendimentos em relação a quantidade ativa no período 1980 até maio de 2022 em Dourados-MS	80
Gráfico 14 – Comparativo de termos pesquisados no Google em 2021	81
Mapa 01 – Espacialização dos bairros	68
Mapa 02 – Localização dos Brechós em Dourados	87

Lista de quadros e tabelas

Quadro 01 – Características dos (dois) Circuitos da Economia Urbana dos Países Subdesenvolvidos	78
Quadro 02 – Atividades/Pequenos negócios que participaram da 9º Edição da Feira O Balaio Criativo em Dourados – MS	83
Quadro 03 – Categorias que possuem cadastro no CNPJ na categoria 4785-7/99 “Comércio varejista de outros artigos usados” – Dourados/MS	84
Quadro 04 – Classificações de Brechós encontrados na cidade de Dourados-MS: características	88
Tabela 01 – Quais são as suas motivações para comprar em Brechó?	59
Tabela 02 – Profissões	65
Tabela 03 – Bairros de Dourados-MS	67
Tabela 04 – Comparação dos Perfis	74

Lista de fotos

Foto 01 – Adesivo “ <i>I love Brechó</i> ”	62
Foto 02 - O Feirão de Roupas Usadas ou “Brechó da Cuiabá”	96
Foto 03 – Vista parcial e oblíqua do térreo, tirada do segundo piso	96
Foto 04 – Vista do piso superior, ao fundo fardos com mercadorias para exposição futura	97
Foto 05 – Arara de calças jeans novas	99
Foto 06 – Vista lateral esquerda do galpão	103
Foto 07 – Vista lateral direita do galpão	103
Foto 08 – Casal escolhendo as peças	104
Foto 09 – Homem avaliando um calçado	105
Foto 10 – Fardos de roupas usadas acumuladas no fundo do galpão aguardando espaço para exposição	105
Foto 11 – Vista ampla da entrada, com peças amontoadas ao centro	107
Foto 12 – Mostruário de sapatos	108
Foto 13 – Camisa da Grife Yves Saint Laurent	108
Foto 14 – Vista lateral do Brecho e sua organização	111
Foto 15 – Vista de trás para a porta	112
Foto 16 – Placa de entrada	112
Foto 17 – Etiqueta personalizada	113
Foto 18 – Fachada do “May.concept – Café Brechó”	115
Foto 19 – Aspectos da parte da cozinha	116
Foto 20 – Móvel decorado com planta natural	116
Foto 21 – Placa de desconto no pagamento mediante PIX	118
Foto 22 – Vista da entrada	119
Foto 23 – Araras de roupas exclusivamente femininas – Realmente Cat Brechó	121

Foto 24 – Detalhes da decoração do interior do Brecho	121
Foto 25 – Embalagem	122
Foto 26 – Peças organizadas por cor - Moça Pitanga Brechó	123
Foto 27 – Aspectos do ambiente interno - Moça Pitanga Brechó	124
Foto 28 – Aspectos do ambiente externo Moça Pitanga Brechó	124
Foto 29 – Destaque da peça com o preço fixado - “R\$ 22,99” - Moça Pitanga Brechó	125
Foto 30 – Casacos secando no ambiente externo - Moça Pitanga Brechó	126
Foto 31 – Aspectos da Decoração <i>vintage</i> – Brechó Moonnovent	128
Foto 32 – Aspectos das araras de peças – Brechó Moonnovent	129
Foto 33 – Vista interna e lateral do ambiente. Destaque para o manequim com cabeça de animal e ar condicionado ao fundo - Brechó Moonnovent	129
Foto 34 – Decoração – Brechó Moonnovent	130
Foto 35 – Vista da entrada e setor infantil – Peça Rara Brechó	134
Foto 36 – Destaque para itens infantis a direita, na entrada da loja – Peça Rara Brechó	134
Foto 37 – Vista lateral: destaque para a arara de blusas femininas – Peça Rara Brechó	135
Foto 38 – Sapatos e acessórios em destaque – Peça Rara Brechó	136
Foto 39 – Roupas femininas separadas por biombo destaque para blusas e casacos - Peça Rara Brechó	137
Foto 40 – Frase da fundadora da franquia decora o ambiente – Peça Rara Brechó	137
Foto 41 – Destaque para Acessórios – Peça Rara Brechó	138

Sumário

Introdução	17
1 - Elos do mercado de roupas de segunda-mão e indústria têxtil no Brasil: por uma contextualização	25
1.1 - As roupas e o mercado de segunda-mão	26
1.2 - Aspectos do sistema têxtil e de confecção e os negócios de segunda-mão no Brasil e em Dourados	34
1.3 - Das lojas de departamento aos brechós: consumo consciente ou vamos às compras!?	43
1.4 - O perfil de consumidores na cidade de Dourados – MS: quem quer comprar de segunda-mão?	55
1.4.1 - Motivações dos consumidores	58
1.4.2 - Os frequentadores da Feira Criativa O Balaio em foco: em busca de qualificar o perfil consumidores de segunda-mão	61
2 - Vender e Comprar: Dinâmicas do Mercado de Segunda-Mão em Dourados-MS	76
2.1 - O comercio de usados em suas categorias: aspectos contraditórios da espacialização dos Brechós na cidade de Dourados-MS	84
2.2 - A espacialização dos brechós em Dourados: entre uma e outra caracterização ..	94
3 - Algumas ideias conclusivas e outras nem tanto	140
3.1 - O que não parecia tão difícil, também não era nada fácil: os percalços do caminho e redirecionamentos necessários	143
4 - Referências	155

Introdução

Este trabalho tem como objeto principal de pesquisa a espacialização dos brechós em Dourados-MS. Em suma, eles são estabelecimentos de vendas de roupas usadas, que desde o seu surgimento tem se enraizado nas cadeias produtivas de moda, no mundo, no Brasil, de modo que buscamos então olhar para além do imaginário das aparências e encontrar neste setor outras perspectivas que estruturam o mercado em Dourados-MS.

Aos que terão acesso a este trabalho, sobretudo aqueles que nunca “pisaram os pés” dentro de um brechó, seja por desconhecimento, seja por preconceito, espero poder contribuir minimamente para compreensão desse mercado. Àqueles que já são mais inteirados sobre o assunto e/ou que consomem neste mercado, espera-se contribuir com outras reflexões, visando contribuir com a avaliação crítica de nossas práticas.

Não quero pessoalizar o trabalho, mas não posso omitir a informação de que sou uma consumidora do segmento e que essa característica foi diretamente relevante para a escolha do objeto aqui pesquisado. Existe um dito popular, “trabalhe com o que você ama e nunca mais ame nada”, o trabalho que aliena, divide, explora e não propõe reflexão da realidade, mas neste trabalho com certeza tem muito afeto, entretanto, na figura de pesquisadora, prezo pelo crivo da ciência e pela produção científica, com compromisso de realizar uma avaliação crítica do objeto estudado.

No final do ano de 2018, estava cursando a disciplina de Geografia das Industrias, ministrada pelo Professor Aduino de Oliveira, e a atividade final da disciplina consistia em elaborar um projeto de pesquisa que dialogasse com a matéria, discutindo sobre o trabalho final da disciplina e sobre a possibilidade de trabalhar com diversos temas, principalmente os da cadeia superior de produção e as grandes indústrias nacionais, entretanto optamos por fazer o movimento inverso, produzir um projeto de pesquisa sobre uma das derradeiras formas da cadeia produtiva de moda, os brechós.

Naquele momento nomeamos como “Geografia dos Brechós” imaginando que a característica de totalidade da ciência geográfica nos parecia responder todas as questões e como era apenas um projeto, colocamos um mundo dentro de uma folha de papel. Seguindo para a trajetória individual do processo, que é a pesquisa científica, busquei orientação para seguir com a temática no Trabalho de Conclusão de Curso. Inicialmente, propunha-se que o trabalho incorporasse categorias como espacialização, território e trabalho. Tínhamos como

objetivo geral, compreender as relações entre moda, comércio, industrialização e a sociedade, assim como realizar um levantamento sobre a dinâmica do mercado de roupas de segunda-mão em Dourados-MS, através das esferas da espacialização, do território e do trabalho.

Durante o processo percebeu-se que os referenciais sobre o objeto de pesquisa na geografia eram limitados e que teria que rever a investigação, pensando um projeto que trouxesse linhas de análise introdutórias ao mercado de venda de roupas usadas em Dourados. Optamos então por realizar o levantamento de dados que pudessem dar embasamento a elaboração de uma análise da espacialização dos brechós e formular um perfil dos consumidores do segmento na cidade.

Elencamos então como objetivo geral do trabalho compreender as relações entre moda, comércio, industrialização e a sociedade, realizando um levantamento sobre a dinâmica do mercado de roupas de segunda-mão em Dourados-MS, através das esferas da espacialização e do perfil consumidor.

Como objetivos específicos buscamos trabalhar com: I – Contextualizar o surgimento dos brechós e parte dos elos da cadeia de moda no qual o segmento dos brechós se insere; II - Conhecer os hábitos dos consumidores através da observação participante e da análise de discurso, para compreender os tipos de público consumidor e suas respectivas motivações para consumir no segmento; III - Identificar através da observação participante *in loco* o funcionamento dos variados modelos de negócios existentes na cidade e IV – Compreender a dinâmica da distribuição espacial dos Brechós na cidade de Dourados-MS para elaboração de um Mapa de Localização e identificação dos brechós em Dourados-MS.

Como já apresentado, é um dos objetivos desse trabalho, localizar e realizar o mapeamento dos brechós na cidade de Dourados-MS, uma vez que as pesquisas científicas produzidas dentro das academias brasileiras podem ser instrumentos de respostas e retorno à sociedade do investimento feito por meio de impostos e políticas públicas. Evidentemente, parte dos sujeitos sociais pode não se interessar pelo debate teórico disposto no decorrer do trabalho, entretanto disponibilizar de forma pública e acessível, os resultados e produtos produzidos a todas as pessoas interessadas é certamente uma forma de retribuir à sociedade o investimento feito para a manutenção das universidades públicas. Acredito que essa ação é importante, seja para oferecer aos usuários desse tipo de mercado o conjunto de possibilidades que têm à disposição, na cidade, seja para compreender a espacialização dos brechós, reconhecendo que sua formação é tradicionalmente para atender as frações de classes menos favorecidas, mas que

tem se transformado no decorrer dos anos comparecendo também como possibilidade para o investimento capitalista.

A realização de uma simples pesquisa na plataforma *Google* utilizando a palavra “brechó” ofereceu pelo menos dezesseis abas para pesquisar locais e verificar textos e observações sobre o assunto. Evidentemente, isso pode ser esmiuçado e qualificado. A tentativa usando “brechó em MS”, abriu oito abas e com a pesquisa “brechó em Dourados”, ainda abriram outras oito abas. Sem dúvidas, as redes sociais e a possibilidade de uma divulgação mais barata têm dado mais visibilidade ao ramo de roupas usadas, sobretudo em uma sociedade de consumo, como é a sociedade capitalista de produção.

É perceptível ao caminhar pela cidade, que os locais de venda de segunda-mão são na sua maior parte brechós que comercializam roupas usadas, essa realidade encontra amparo na indústria de moda. Mas, o que seria exatamente Moda?

Na matemática, em estatística, por exemplo, a moda é sempre ter um valor com maior frequência. Ou seja, é aquilo que aparece mais vezes, sendo utilizado, por exemplo, quando a média ou a mediana não são possíveis. Média, Moda e Mediana são medidas de tendência central utilizadas em estatística. Entretanto, moda e tendência não são em si a mesma coisa quando estamos falando do sistema de moda.

As expressões podem ser simplificadas, (CAMPOS, RECH, 2010) moda representando um código de vestuário, mobiliário, costumes, entre outros, no qual os sujeitos constroem suas identidades e subjetividades no espírito do tempo de determinada sociedade e tendência, representando o surgimento de novos ciclos de vestuário, mobiliário, costumes, tendo a adoção coletiva como seu principal vetor de constituição.

As pesquisadoras do sistema de moda Campos e Rech ressaltam que o olhar do pesquisador deve ultrapassar as aparências e destacam: “a moda, atualmente, configura-se como uma colcha de retalhos de estilos e tendências diversas e contraditórias. É múltipla, pluriforme, policêntrica, plural.” (CAMPOS, RECH, p. 188, 2010)

Ainda, conceituam a moda como “*ethos* das sociedades modernas e individualistas, que, constituído em significante, articula as relações entre os sujeitos sociais a partir da aparência e instaura o novo como categoria de hierarquização dos significados” (CAMPOS, RECH, p. 177, 2010) Em síntese a moda se torna um valor de identidade social, compondo-se com traços característicos de um grupo.

A forma múltipla permite que a moda seja política, que defenda movimentos e pautas sociais. A jornalista Iara Vidal interessada pela pauta do consumo consciente criou uma lista com momentos em que estilistas e modelos utilizaram das plataformas de moda para defender pautas ligadas a ecologia, o artigo Moda ativista¹ traz ações mundiais e nacionais.

A cidade que abriga o objeto desta pesquisa, está localizada na porção centro-sul do Estado de Mato Grosso do Sul. Dourados é a segunda maior cidade do estado, com uma população estimada pelo IBGE em 2021 de 227.990 pessoas² e que se configura como uma cidade média, recebendo e exercendo influência sobre vários outros municípios ao seu entorno. É importante ressaltar que a cidade se encaixa numa região de fronteira (seca), estando a cerca de 100 km de distância em linha reta de Ponta Porã, cidade-gêmea de Pedro Juan Caballero, Paraguai.

A condição fronteiriça favorece a realização de trocas comerciais com o país vizinho. Entretanto, é preciso ressaltar que a importação de bens de consumo usados é proibida no Brasil por força do art. 27 da Portaria DECEX nº 8, de 13 de maio de 1991. Essa normativa inclui roupas e foi julgada constitucional pelo STF no julgamento do Recurso Extraordinário 219426/CE, em 11/11/1997. A exceção é a importação de roupas usadas doadas a entidades de interesse público. O objetivo da norma é proteger a indústria têxtil nacional que, em tese, não conseguiria competir com os preços baixos de roupas usadas importadas. Veja:

Art. 27. Não será autorizada a importação de bens de consumo usados.
(Redação dada pela Portaria SECEX Nº 8 DE 01/06/2011).

§ 1º Excetua-se do disposto neste artigo as importações de quaisquer bens, sem cobertura cambial, sob a forma de doação, diretamente realizadas pela União, Estados, Distrito Federal, Territórios, Municípios, autarquias, entidades da administração pública indireta, instituições educacionais, científicas e tecnológicas, e entidades beneficentes, reconhecidas como de utilidade pública e sem fins lucrativos, para uso próprio e para atender às suas finalidades institucionais, sem caráter comercial, observando, quando for o caso, o contido na Portaria MEFP nº 294, de 6 de abril de 1992. (Parágrafo acrescentado pela Portaria MDIC Nº 235 DE 07/12/2006).

§ 2º A regra constante do caput deste artigo não se aplica às importações de bens destinados à pesquisa científica e tecnológica até o limite global anual a que se refere a Lei nº 8.010, de 29 de março de 1990. (Parágrafo acrescentado pela Portaria SECEX Nº 18 DE 01/06/2011).

¹O artigo Moda ativista: criar e vestir para mudanças pelo bem do planeta, pode ser acessado aqui <https://consumoconsciente.blog/2019/08/19/moda-ativista-criar-e-vestir-para-mudancas-pelo-bem-do-planeta/>. Acesso em 10 de março de 2022.

² Ver mais informações em <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/dourados/panorama> Acesso em 18 de abril de 2023.

Além do elemento que envolve o caráter competitivo do mercado de venda de roupas, a regulamentação brasileira que proíbe a importação de itens usados para fins comerciais tem como objetivo proteger o país de enfrentar situações semelhantes ao que ocorre no deserto do Atacama, no Chile, por exemplo, onde milhares de roupas que foram importadas para a revenda são descartadas de forma “acidental”, gerando um cemitério de resíduos têxteis³.

No Brasil, a importação de itens usados para venda é restrita por meio de normas e regulamentações do governo, que visam controlar a entrada desses produtos no país. Essa medida tem o objetivo de evitar o influxo de grandes quantidades de roupas usadas que possam impactar a indústria têxtil local, bem como o meio ambiente e a saúde pública. Ao proibir a importação de itens usados para fins comerciais, o Brasil busca evitar que países do capitalismo central enviem para o hemisfério Sul mais resíduos. O descarte inadequado de roupas usadas pode levar à contaminação do solo, da água e do ar, além de causar efeitos negativos na saúde das pessoas e na fauna e flora local.

Mas essa condição não impede que o conjunto de articuladores dos segmentos não vivam entre esse limite do que é ilegal ou não na prática comercial, aspecto que destacamos no trabalho, já que desde a formação do comércio de roupas usadas na Europa, essa relação com o ilegal já atravessava as relações sociais.

Para realização da investigação, realizou-se uma revisão bibliográfica. Em primeiro momento foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o tema específico e sobre a legislação que rege os detalhes do comércio de roupas usadas e, no segundo momento da pesquisa bibliográfica, o foco esteve direcionado a ciência geográfica, buscando possíveis pesquisas realizadas.

Durante o processo de levantamento bibliográfico específico houve um momento de Pré-seleção. Entendendo que o assunto tem sido bastante discutido em várias áreas do conhecimento foi necessário realizar um filtro a partir dos seguintes critérios: Base de Dados; Palavras-Chave; Idioma e Áreas Temáticas do conhecimento. As bases de dados utilizadas foram SciELO, Google Acadêmico e CAPES com a utilização das seguintes palavras-chave “Brechó”, “Roupas Segunda-mão” e “Comércio de roupas segunda-mão”, o idioma definido para a busca foi o português e as Áreas Temáticas do conhecimento ficaram restritas as Ciências

³ Ver mais em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-60144656> Acesso em 10 de abril de 2023.

Humanas, Ciências Sociais Aplicadas e Linguística, sendo excluídos da busca os seguintes tipos de trabalhos acadêmicos: Planos de Negócios – Administração, Projetos de empreendedorismo, Relato de experiência da área de saúde, Produções publicitárias, Produção de coleções de moda, Comparativos de moda e Estudos de caso.

O filtro foi necessário e revelou que mesmo num montante considerável de trabalhos publicados em periódicos online, muito pouco tem sido pesquisado e publicado sobre o tema relacionado na geografia ou áreas afins do objetivo deste trabalho, resultando num montante final de artigos científicos que foram catalogados, lidos e que contribuíram para a elaboração desta monografia. Foram encontrados 01 textos vinculados a pesquisas de geografia e 37 textos em abordagens de outras áreas. No tocante aos temas, 13 tratavam de aspectos relacionados ao consumo, 5 sobre a construção de identidade, 5 sobre produção ou alguma parte da linha de produção, 4 trazendo análises de comportamento, 2 sobre aspectos gerais da sustentabilidade, 2 sobre logística e distribuição e trabalhos únicos sobre outros temas relacionais como: Consumo e cidade, Consumo e comportamento, Consumo e sustentabilidade, Identidade e consumo, Identidade e cultura, Literatura e Resíduos Têxteis.

Além da base de pesquisa online, alguns livros foram utilizados como base para a pesquisa bibliográfica, é o caso de “A cultura das aparências: uma história da indumentária (séc. XVII-XVIII)”, de Daniel Roche; “A moda e seu papel social”, de Diana Crane e “O casaco de Marx”, de Peter Stallybass, os dois primeiros são referências do estudo da história social da moda e o último, um texto que permeia a poesia e traz a reflexão sobre o significado simbólico e social das roupas na vida de Karl Marx e sua família, em especial seu casaco, um olhar para as relações entre roupas, memória e luta de classes na sociedade capitalista.

O segundo momento da pesquisa bibliográfica esteve relacionado aos conceitos e temas da geografia e foram feitos com a mesma base de dados já referenciada, mas com foco na Teoria dos (dois) circuitos da economia trabalhada por Milton Santos, principalmente em seu livro, Espaço Dividido (2008) e que se constituíram em suporte teórico para compreender o segmento de roupas de segunda-mão em Dourados, suas características e espacialização e o perfil dos consumidores.

Como pesquisa de campo elaborou-se um questionário eletrônico, organizado e disponibilizado nas redes sociais em março de 2019, visando coletar informações sobre o perfil dos consumidores de Brechós em Dourados. O questionário tinha 04 perguntas de identificação pessoal e 05 perguntas relacionadas ao tema pesquisado.

Tal questionário foi disponibilizado nas minhas redes sociais públicas, compartilhado no Facebook⁴ e no Instagram via mensagem direta. A plataforma utilizada foi o Google *Forms*⁵ e permaneceu online entre os dias 20/03/2019 e 15/05/2019. Evidentemente, pela forma da exposição e divulgação, o questionário atingiu basicamente estudantes universitários, considerando que um perfil pessoal carrega certa identidade do grupo que faz parte do círculo social.

Com os resultados e respostas do questionário pode-se obter várias informações, bem como o levantamento de informações para a localização dos Brechós na cidade. O trabalho de campo foi utilizado como procedimento nos estudos de documentos públicos, perfis públicos em redes sociais e páginas da internet que continham informações sobre a existência e localização de Brechós na cidade de Dourados-MS. Em todos os momentos sempre foi priorizada a utilização de plataformas digitais e online, já que este trabalho aconteceu concomitante a pandemia global do coronavírus.

A proposta inicial pretendia dar voz aos consumidores *in loco*, por meio de entrevista direta. Isso demandaria autorização de adentrar ao recinto, mas também das pessoas, contudo, com a pandemia essa perspectiva arrefeceu. A comparação entre o perfil de consumidores das redes sociais e aqueles que estariam “*in loco*”, nos estabelecimentos físicos, não foi possível.

Todos os brechós visitados, fotografados e descritos aqui, permitiram as ações realizadas pelo trabalho de campo mediante termo de ciência, consentimento e autorização assinado durante a visita. Outros brechós da cidade também foram procurados para participar e aqui não constam ou porque não responderam o contato ou porque responderam negando-se a participar.

O texto final resultou em dois capítulos, são eles: 2. Elos do mercado de roupas de segunda-mão e indústria têxtil no Brasil: *por uma contextualização* e 3. Vender e Comprar: Dinâmicas do Mercado de Segunda-Mão em Dourados-MS. No capítulo 2. Elos do mercado de roupas de segunda-mão e indústria têxtil no Brasil: *por uma contextualização*, trouxemos uma abordagem histórica sobre a origem dos brechós e como ela se desenvolveu aqui no Brasil, buscamos conectar os elementos de desenvolvimento dos brechós com momentos do desenvolvimento da indústria têxtil e de confecção no Brasil, além de identificar na cadeia

⁴ Link da postagem no Facebook: <https://www.facebook.com/euiaracardoso/posts/822633358111183>

⁵ O questionário já não recebe mais respostas, mas ainda está disponível na internet com o link: <https://forms.gle/JDxhtCgqHsP7g1Ks5>

produtiva do sistema de moda, em qual parte do processo produtivo os brechós conectam a cadeia a transformando em um sistema de moda circular, ainda neste capítulo apresentamos os primeiros resultados obtidos durante os trabalhos de campo, analisando o perfil dos consumidores de roupas usadas em Dourados-MS. Já em 3. Vender e Comprar: Dinâmicas do Mercado de Segunda-Mão em Dourados-MS, pretendeu-se estabelecer a espacialização dos brechós na cidade, com base na análise dos brechós como segmentos pertencente ao circuito inferior da economia urbana, elencamos 03 categorias de brechós distribuídas em porções significativas da cidade e através da cartografia mapeamos os estabelecimentos, ainda neste capítulo trazemos o relato e reflexões sobre os brechós visitados durante o trabalho de campo.

Com esses apontamentos, espera-se contribuir para a compreensão dos limites e dificuldades ao trabalhar com o tema, mas também que possam refletir sobre as possibilidades que o mercado de roupas-usadas representa.

Um desses limites passa por compreender que em alguns casos os brechós são utilizados como discurso e estratégias de mitigação de danos ambientais, que são adotadas por empresas dentro do sistema capitalista e representam ser insuficientes ou até mesmo insinceras. Essa prática é recorrente e conhecida como "*greenwashing*". Todavia, mesmo que a prática realmente se efetive dentro do sistema econômico e da indústria têxtil e de confecção, há que se compreender que será, metaforicamente, *apenas uma parte remendada do casaco e nós como sociedade precisamos do casaco inteiro*.

A roupa fazia o homem, e o homem fazia a roupa; então o que seria o homem que usava a roupa de outro homem?

Daniel Roche, "A cultura das aparências – Uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII)".

1. *Elos do mercado de roupas de segunda-mão e indústria têxtil no Brasil: por uma contextualização*

Neste capítulo pretende-se contextualizar minimamente o desenvolvimento do mercado de roupas de segunda-mão, seu surgimento e adaptação ao estágio atual das relações sociais, utilizando como principais referenciais teóricos: Crane (2013) e Roche (2007), além de uma abordagem sobre o desenvolvimento da indústria têxtil no Brasil, a partir dos estudos de Keller (2010) e Fujita e Jorente (2015). Ainda buscamos compreender as relações entre moda, comércio, industrialização e sociedade, a partir da contextualização do surgimento dos brechós e parte dos elos da cadeia de moda, no qual o segmento dos brechós se insere, demonstrando então os *elos* da indústria têxtil e de confecção através do sistema de moda, utilizando como referência Rech (2008), visando identificar o mercado de roupas de segunda-mão no universo do sistema de moda⁶.

1.1. As roupas e o mercado de segunda-mão

O contato da maioria das pessoas com as roupas começa no momento da compra e toda trajetória, caminhos e memórias anteriores a esse momento se faz inexistente. O conhecimento então da transformação histórica da vestimenta e indumentária é de domínio recluso de pessoas interessadas, pesquisadores e curiosos. De fato, faz-se parecer que a roupa surgiu pronta naquele exato momento em que foi comprada.

Do ponto de vista da prática consumista é exatamente isso. O processo de produção de determinada mercadoria é tão fracionado e disperso que o consumidor final não consegue fazer o caminho inverso da produção. E isso é de interesse dos capitalistas, que escamoteiam as várias formas de exploração e violação dos direitos humanos, trabalhistas e dos bens da natureza. Sobretudo, se compreendermos que é na esfera do consumo, através do ato da relação compra/venda que o trabalho não pago ao trabalhador se realiza. É o que Marx chamou de mais valia!

Os seres humanos, através de suas relações sociais e com as técnicas para reprodução da sua própria existência, se relacionam com a natureza, reproduzindo as suas diferentes formas de vida, em cada período da sua história, ao mesmo tempo em que promovem práticas e

⁶ Aqui utilizamos o termo sistema de moda no sentido de incluir todas as etapas do ciclo: produção, circulação e consumo.

técnicas, como o domínio do fogo e dos metais, que permitiram o desenvolvimento da agricultura.

Não se encontrou data ou o autor da invenção e/ou criação do que nós chamamos de roupas, o que se sabe é que desde a pré-história, durante o período paleolítico, há milhões de anos, nossos antepassados utilizavam a pele dos animais que caçavam para se proteger do frio. A necessidade de se vestir foi aprimorando as variadas técnicas de produção e elaboração de peças de vestimentas; o que era uma pele de caça apenas jogada sobre os ombros sofreu transformações, dadas as necessidades de cada sociedade e em cada período histórico. De acordo com Navarro (2006, p.03), o aparecimento de artefatos durante o paleolítico (agulhas, buris, pás e enxadas) reforça a teoria da necessidade de vestimentas e moradias como formas de necessidades básicas para a reprodução da vida em sociedade, imprimindo função social para ações básicas de sobrevivência, tornando esses objetos e coisas em necessidades mediada pelos “desejos da mente” (mercadorias) itens que possuem em si valor de uso, substrato material e suporte para o valor de troca; características fundamentais da mercadoria na sociabilidade capitalista⁷.

No decorrer da história humana, as vestimentas vão deixando de ser um complemento da proteção para as intempéries do tempo e vão assumindo características que mudam em função do aperfeiçoamento de fios e tramas, passando pelas crenças, religiosidades, desenvolvimento da cultura e dos desejos da mente, que vão assumindo variada ordem de

⁷ Marx em seu livro I do Capital, aponta como processo inicial de sua análise a mercadoria, já que “A riqueza das sociedades onde reina o modo de produção capitalista aparece como uma “enorme coleção de mercadorias” e a mercadoria individual como sua forma elementar (Livro I, p. 113). Isso demonstra que a mercadoria é a forma dominante e que através de sua troca as pessoas estabelecem relações sociais. Como a mercadoria é uma coisa a ser trocada, assume então uma unidade dividida em dois: a utilidade para quem deseja a mercadoria e seu poder de ser equivalente a outras quantidades de mercadorias. O valor de uso então é o conjunto das propriedades materiais e da utilidade subjetiva de um produto (Mais Marx, 2016, p. 34). Do outro lado da mediação está o valor de troca. O valor de troca de uma mercadoria é o que alguém recebe em troca dela, o ponto central do debate, então, é o que faz com que certa quantidade de mercadoria x seja equivalente a certa quantia de mercadoria y. Grespan (2021, p. 32) aponta que Marx conclui que, como a única qualidade comum a todas as mercadorias é a de ser produto do trabalho humano, é o trabalho que cria o valor. Mais à frente ele afirma (p. 33) que é essa dimensão abstrata do trabalho que fundamenta o valor e permite a troca de mercadorias, sendo que o valor de uma mercadoria é o tempo de trabalho socialmente necessário para sua produção. Essa divisão do produto do trabalho, aqui na forma de mercadoria, em coisa útil e coisa de valor “só se realiza na prática quando a troca já conquistou um alcance e uma importância suficientes para que se produzam coisas úteis unicamente destinadas à troca (Livro I, p.148).” Desta discussão inicial é abstraída a categoria dinheiro (mercadoria que no modo de produção capitalista se configura como o equivalente universal, sendo a expressão monetária do valor). Ver mais sobre em Dicionário do Pensamento Marxista (1988), Marx: uma introdução (2021) e Mais Marx: Material de apoio a leitura d’o Capital, Livro I (2016)

importância na vida de homens, mulheres e crianças. Definindo, inclusive, normas e regras para as formas de se vestir, devidamente ajustadas aos valores sociais, morais e econômicos.

As roupas que nos vestem, vestem a história e as sociedades. Além de proteger os corpos, as vestes passam a ser formas e procedimentos de diferenciação de gêneros sexuais, de classes sociais, de grupos culturais e religiosos. As roupas vão adquirindo características de identidade e identificação.

A matéria-prima principal da roupa é o tecido, inicialmente os materiais utilizados foram o couro e peles de animais fruto das caçadas, e de toda relação metabólica entre o homem e a natureza. Os povos egípcios utilizavam o linho, 4.000 anos a.C, que é um dos tecidos mais nobres da indústria de moda, derivado da fibra da planta *Linum*, encontrada nas planícies do rio Nilo.

A metamorfose da lã em fios não seria possível sem a domesticação de carneiros e ovelhas na Mesopotâmia. Os tecidos movimentaram a economia de impérios⁸ e contribuíram para a ideia de comércio mundial que temos hoje, via Rota da Seda, com sete mil quilômetros de extensão, atravessando territórios onde hoje estão Rússia, Índia, Afeganistão, Paquistão, Iraque, Irã, Síria, Turquia e Armênia. (Figura 01)

As roupas, como conhecemos hoje, feitas sob medida, davam forma ao corpo e começam a ser produzidas por artesãos, com grande influência de uma estética associada a formação das cortes reais e da nobreza, sob a fase de transição advinda do final da Idade Média, na Europa, já no século XV.

Figura 01 – Antiga Rota da Seda

⁸ Ver mais em “História dos Tecidos – Idade Antiga e Média”: <https://textileindustry.ning.com/profiles/blogs/historia-dos-tecidos-idade>. Acesso em 10 de agosto de 2021.



Fonte: ALBUQUERQUE, Manoel Maurício de et al. Atlas histórico escolar. Rio de Janeiro: FAE, 1991. P. 106.

Para garantir a influência da estética dos nobres, havia uma série de Leis que asseguravam a estética-modelagem de cada classe social, para que fosse delimitado o *status* e a posição de todos no regime. As peças de roupas eram consideradas bens extremamente valiosos, que atravessavam gerações, sendo reutilizadas por descendentes e utilizadas como forma de pagamento em trocas, ou sendo penhoradas. Isso acontecia porque todo material utilizado na produção era valioso, desde os variados tipos de tecidos, em sua maioria bordados com pedrarias e até fios de ouro, representavam poder político e econômico. Segundo Crane (2013 p. 24) as leis suntuárias especificavam os tipos de materiais e ornamentos que podiam ser utilizados por membros das diferentes classes sociais, com o objetivo de restringir os gastos e despesas excessivos dos cidadãos. Vieira (2017) destaca que estudiosos divergem quanto à prioridade e efetividade das leis.

Giusephina Muzzarelli, que estuda as leis na Itália na Idade Média, aponta intenções de afirmação de um código detalhado de aparências somado aos benefícios econômicos; Daniel Roche, pesquisador focado na região de Paris nos séculos VXII e XVIII, inclina-se para uma justificativa prioritariamente econômica; Joanne Entwistle, cientista interessada em Cultura, Mídias e Indústria Cultural, corrobora a perspectiva de Muzzarelli; Alan Hunt, que trabalha com as leis suntuárias na Inglaterra, destaca que estas não funcionavam para a nobreza, pois para ela o esbanjamento de riquezas é necessário assim, considera as funções econômicas e hierárquicas das normatizações, mas o autor ressalta a relevância das leis no sentido de estabilizar as identidades de gênero. (VIEIRA, 2017, p. 50) (Grifo nosso)

A motivação da nobreza em produzir novas peças de roupa está ligada a ideia de imitação, o desejo da aristocracia de se vestir tal qual a realeza e assim se fazer parecer pertencente a determinada classe ou grupo, uma espécie de mimetismo⁹ social,

⁹ Do grego *mimetês*, -oû, imitador + -ismo, termo utilizado aqui para fazer referência a processo de imitação.

majoritariamente reprimido através das leis suntuárias. A realeza era uma construção da aristocracia, uma vez que representavam os seus interesses. A mesma condição ocorre durante a Idade Média, com a concentração do poder da igreja católica no topo da pirâmide, cujas vestimentas em muito se distanciam do que seria a humildade pregada pelo seu precursor Pedro, em tese representante direto de Jesus ou mesmo de “Deus”.

As vestes de Papas, Padres, Arcebispos, entre outros, se diferenciam entre si e cada uma está “adequada” ao poder (de mando) que esse sujeito exerce na igreja e da riqueza acumulada por ela. Da mesma forma, a nobreza ao se aproximar das vestes da realeza incorpora valor para frequentar a corte e dela usufruir, talvez constituir casamentos e fortunas, conseguir terras, joias, cultura etc.

As melhores roupas estavam também associadas ao mercado formado por mercadores e viajantes das Índias, China, do Oriente Médio, por onde circulavam os mercadores, comprando, negociando e incorporando luxo e riqueza as roupas. Nessas condições, evidentemente o acesso a roupas para as frações mais pobres da população era completamente nulo. A maioria das casas na Idade Média possuía teares, isso servia para tecer e fazer tecidos utilizados para vestir a família, mas também para ensacar e carregar provimentos, ou produtos, como grãos.

Refletindo sobre como a parcela mais pobre da sociedade integrou-se ao consumo de roupas, surge a necessidade de investigar o comércio de roupas usadas. Da mesma forma que não se sabe de modo exato a origem das roupas, a origem do comércio de segunda-mão, também não é exata.

De acordo com Roche (2007, p.342), existe uma relação explícita no surgimento do comércio de venda de roupas usadas em Paris, com o roubo de peças de roupa e roupa-branca¹⁰. O autor destaca o aumento nos casos de furtos de roupas, entre 1710 e 1775, que chegou a totalizar 1.345 casos. Conforme Roche (2007 p. 348):

O aumento do consumo de vestuário fez do roubo um agente de redistribuição geral, e a roupa em si tornou-se um instrumento monetário [...] Roupas furtadas também serviam de fiança para aluguel ou de caução no caso de empréstimo com um particular ou no *Mont-de-Piété*¹¹. A vestimenta era um elemento onipresente em todas as ocasiões e em todos os setores da economia

¹⁰ Conhecida como roupa de baixo, roupa íntima ou roupa interior, é um conjunto de artefatos que mantém contato direto com a pele e que geralmente é utilizada sob outras camadas de vestimentas para cobrir o corpo. Ver mais em: Muller C., Barbosa H. & Corrêa R. O. (2019).

¹¹ Instituições de caridade e sociedades privadas de ingresso voluntário para oferecer empréstimos de pequena escala em condições mais favoráveis para os mais pobres.

popular, participava de inúmeras transações e servia a diversos propósitos. (ROCHE 2007 p. 348)

O aumento na quantidade de roubos e furtos de vestimentas e de roupas-brancas ajuda a explicar como os mais pobres se vestiam e reproduziam suas vidas. Na capital da moda durante a Idade Moderna, uma camisa roubada poderia custear até 17 dias de aluguel entre 1710-1720. Delinear os *entremeios* do mundo da ilegalidade e marginalidade e o mundo concorrido e supervisionado da legalidade e a identidade carregada por cada sujeito inserido nessa relação social se faz importante.

Comerciantes de roupas usadas, alfaiates, costureiras, modistas, comerciante de roupa-branca, pode-se dizer que eram considerados uma comunidade e que possuíam as formas da legalidade e estabilidade, loja física e clientela abastada.

No caso dos vendedores, revendedores, receptadores, negociantes de roupas usadas, a condição da mobilidade e transição de barracas, o policiamento extensivo marcava o fazer do ilegal. A relação de coexistência entre esses dois mundos (legal e contraventor) representava oportunidades de ação e reprodução de outras formas de se relacionar com as coisas/mercadorias.

Uma das práticas comentadas por Roche (2007, p. 340-341) entre as revendedoras era a delação, uma vez que as revendedoras colaboravam com a polícia parisiense delatando os ladrões, de quem, em algumas situações, compravam as peças para revenda. Ao final significava que ao lado do ramo de venda de roupas usadas havia um ramo de delações que rendia, além de prêmios, evidentemente certa conivência e convivência desses comerciantes com a polícia, uma vez que alguns eram delatados, mas a origem das roupas comercializadas era sempre duvidosa. Conforme Roche (2007, p. 341) esse tipo de conduta revela a ambivalência do meio e a importância dos circuitos clandestinos para a circulação de roupas, em suma, uma outra cultura têxtil.

Em contraposição, a ilegalidade do roubo, a revenda, era regulamentada, sendo permitida a compra e venda de todo tipo de móvel, vestimenta, roupa-branca, tapeçaria, tecido, renda, galão, passamanes, regalo, forro, pele, artigo de couro, chapéu, cinto, boldrié, espada, espora, cobre, estanho, ferro, fardos de plumas velhas e quaisquer outros tipos vendáveis de mercadoria velha ou nova (ROCHE, 2007).

O segmento dos comerciantes de roupa era estratificado e diversificado, chegando a mobilizar de 6 a 7 mil pessoas, mas a grande divisão estava entre os adaleiros e os revendedores;

a situação é que os revendedores eram autorizados a vender nas ruas e os adeleiros cumpriam a ocupação em suas lojas. Em 1776, os adeleiros também eram aptos a exercer confecção sob medida, confecção pronta ou reforma.

De acordo com Crane (2013, p. 24) as roupas geralmente se incluíam entre os pertences mais valiosos de uma pessoa, roupas novas, eram inacessíveis aos pobres, que vestiam roupas usadas, normalmente passadas por muitas mãos. O período da revolução industrial, a partir da segunda metade do século XVIII, altera de certo modo essa condição, sendo um marco na aceleração do processo produtivo, aumentando a capacidade de manufaturar o vestuário confeccionado por máquinas e em quantidades maiores, com o mesmo tempo de trabalho empregado, os teares familiares e as guildas de adeleiros¹², seriam substituídos pela concentração fabril.

Utilizando o Google como ferramenta de busca sobre a origem do Brechó, a informação mais comum é que surgiu na França através do mercado de pulgas¹³, originário *Marché aux puces*, em Saint-Ouen, no subúrbio de Paris, uma feira livre onde se comercializa mercadorias de segunda-mão, frequentada pela população mais pobre, levando esse nome devido a infestação de pulgas nas roupas comercializadas.

No Brasil, a loja de belchior foi a primeira loja de venda de roupas e outros objetos de segunda-mão, datada do século XIX, no Rio de Janeiro; a expressão loja de belchior foi utilizada para representar o seguimento, sendo, inclusive, cenário para um conto de Machado de Assis, Ideias de Canário.

Escapei saltando para dentro de uma loja de belchior. [...] A loja era escura, atoalhada das cousas velhas, tortas, rotas, enxovalhadas, enferrujadas que de ordinário se acham em tais casas, tudo naquela meia desordem própria do negócio. (ASSIS, 1985, p.01)

A expressão Loja de Belchior com o passar do tempo originou a expressão popular Brechó. A descrição feita por Machado de Assis nada difere da declaração compartilhada por Roche (2007):

Ali se vê uma longa fila de lojas, de propriedade dos adeleiros, que vendem roupas velhas em recintos pobremente iluminados, onde é difícil distinguir manchas ou cores [...] trapos velhos, pendendo de fios e balançando ao vento, fazem uma exibição repugnante [...] espíões da polícia ficam à espreita de

¹² Pessoa que compra roupas e coisas usadas para revender. = ADELO "adeleiros". Ver <https://dicionario.priberam.org/adeleiros> [consultado em 26-08-2021].

¹³ Para saber mais acesse: <https://labedu.org.br/voce-ja-ouviu-falar-no-mercado-de-pulgas/>

vigaristas, que aparecem para vender lenços, guardanapos e outros bens roubados. (ROCHE, 2007, p. 355)

Assim, a cultura do comércio de segunda-mão tem origem popular, marcada pela desigualdade de acesso ao mínimo básico necessário para sobreviver, bem como a forma como se realiza a manutenção objetiva de sua existência por meio do trabalho.

Partindo de uma perspectiva contemporânea, Crane (2013, p. 323) explicita as feiras livres na década de 1970 como as principais fontes de roupas de segunda-mão para jovens integrantes da subcultura das ruas, estudantes de artes e outros membros de comunidades marginais, com o objetivo de demonstrar suas individualidades e não somente como forma de expressão do *status* social que ocupa, indicando que compreendia como realizar a subversão das regras da roupa da moda.

Cada escolha de peça ou acessório era vista como um ato criativo, como parte de uma prática de consumo subversivo [...] A interação entre a cultura das ruas e os jovens estilistas foi reforçada pela instituição da feira (artes, antiguidades etc.). (CRANE, 2013, p. 323)

No dizer de Crane (2013, p. 329), a partir do século XX, o vestuário já não tinha unicamente uma importância econômica. Com o avanço tecnológico nas indústrias havia enorme oferta de roupas novas, de todas as faixas de preço, com exceção de roupas de grife vendidas em leilões e brechós.

A venda de roupas de segunda mão é uma atividade econômica de importância secundária, embora existam lojas desse tipo na maioria das grandes cidades. Enormes quantidades de roupas usadas são despachadas regularmente para os países de terceiro mundo, onde roupas ainda são bens escassos e usados como escambo (James C. McKinley Jr., “Where Castoff Clothes Turn into Cash”, em *New York Times*, 15-3-1996, pp. 1-10), e onde os cidadãos mais pobres estão dispostos a usar refugos inadequados e mal ajustados produzidos nos países em desenvolvimento. (CRANE, 2013 p. 29). (Destaque nosso)

O artigo na citação anterior, em tradução livre é “Onde as roupas descartadas se transformam em dinheiro”, não está disponível na internet. Para Hansen (2004, p. 03) há uma distribuição seletiva, as roupas de menor qualidade vão para a África e de qualidade média para América Latina, enquanto o Japão recebe uma grande proporção de itens de alta qualidade (*apud* Oliveira e Ferreira, 2015, p.64). O destaque na citação revela o uso de termos que já estão ultrapassados na produção científica e que revela uma configuração dos países estagnados no período da guerra fria.

Oliveira e Ferreira (2015) desenvolvem um trabalho sobre o comércio global de roupas de segunda-mão, mais profundamente sobre a rede de distribuição de roupas na fronteira Brasil-

Bolívia, nas localidades distintas de Santa Cruz de la Sierra e Puerto Quijarro, na Bolívia, e Corumbá-MS, no Brasil.

De modo consistente, o mercado de *prenderias*¹⁴ está situado dentro de um complexo sistema de redes (de comércio internacional específico), se aproveitando de malhas (de transporte e distribuição combinadas internamente) e nós (de estoque e repasses) estruturalmente estabelecidos. (OLIVEIRA e FERREIRA, 2015, p. 66)

Os pesquisadores ressaltam duas características sobre a condição intrínseca desse sistema, a primeira é reforçando a tese de Ribeiro (2010 p.19) sobre a presença de uma globalização popular, pois há o abarcamento composto de pessoas pobres nos segmentos mais baixos dessa estrutura piramidal. Ribeiro (2010, p. 22), descreve a globalização popular como “apropriação desigual dos bens econômicos e culturais [que] são realizados pelo povo, que compartilha as condições gerais de produção, circulação e consumo do sistema em que vive [...] ao mesmo tempo em que provê suas próprias estruturas”. E a segunda condição, apoiando a presença de uma globalização enquanto fenômeno fragmentador, seguindo a referência de Haesbaert (1998).

No século XXI, ainda são os mais pobres que frequentam os brechós, sobretudo porque são nesses espaços que as roupas se tornam acessíveis para ampla maioria da população. Contudo, ainda tem certo preconceito para quem usa desse comércio, costumeiramente, pensado como roupa de “defunto”, em uma preocupação com mal agouro.

Todavia, vimos observando que há alguma mudança e que outros olhares e pensamentos já estão envolvendo o comércio de roupas usadas, de modo que em Dourados-MS, algumas “lojas de usados” estão investindo em espaços mais parecidos com as lojas de roupas novas. Esses são aspectos que estamos investigando também em nossa pesquisa, sobretudo porque são indicativos de mudanças e incorporação de valor e preço que vão na contramão das várias origens dos brechós.

1.2. Aspectos do sistema têxtil e de confecção e os negócios de segunda-mão no Brasil e em Dourados

¹⁴ Denominação de acordo com o Decreto Supremo Boliviano n° 28761, de 21 de junho de 2006; não há uma tradução para o português, grosso modo a expressão pode ser traduzida como “produtos usados”, porém esta é uma tradução que não dá conta totalmente de sua amplitude no espanhol. (OLIVEIRA e FERREIRA, 2015 p. 84)

Para que seja possível identificar o posicionamento dos negócios de segunda-mão no sistema de produção-circulação-distribuição em Dourados, buscamos entender o funcionamento da indústria têxtil e de confecção, assim como seu processo de formação e desenvolvimento no Brasil.

É possível identificar através do registro textual o desenvolvimento avançado da produção têxtil no Brasil, e se realizou através do encontro dos que chegaram dos oceanos com aqueles que habitavam o litoral de terra *brasilis*. Cada um desses “grupos de sujeitos” se diferenciavam em tudo, mas sobretudo na aparência de suas vestes. Os povos indígenas, com seus artigos já trançados em algodão, aparecem como os primeiros traços de manufaturas existentes, identificados e relatados por Pero Vaz de Caminha através de carta a coroa portuguesa. É o que nos apresenta Fujita e Jorente (2015, p.158):

O primeiro documento que comprova a manufatura de tecidos no Brasil é a carta de Pero Vaz de Caminha, onde há referência a “uma mulher moça com um menino ou menina ao colo, atado com um pano não sei de quê aos peitos (...) Segundo Stein (1979, p. 57), o algodão já era tecido pelos índios antes da chegada dos portugueses.

O modelo de relação de dominação com os povos originários e com a natureza implementado na Colônia visava a extração e esgotamento das fontes de vida, uma vez pautado pelas relações econômicas voltadas para a exportação, seja via extrativismo (pau-brasil, minerais, borracha), seja por meio da produção monocultora (cana-de-açúcar, café, cacau entre outros). Voltados para o exterior do Brasil, todos os produtos foram protagonistas de sucessos econômicos de produção e exportação, em diferentes momentos da história de ocupação do território nacional. Segundo os autores, não foi diferente com o algodão, que foi uma cultura rentável nas regiões Norte e Nordeste, resultando em pequenas manufaturas no país durante o século XVIII e XIX, pouco se sabe da pré-história do algodão no Brasil, mas quando os primeiros europeus desembarcaram no país, já havia indígenas cultivando a planta e a transformando em fios e tecidos rudimentares. A exploração comercial dessa cultura no território nacional começou efetivamente em 1750, no Nordeste, sucedendo as atividades de mineração comandadas pelos portugueses. Durante o ciclo do algodão, entre os séculos XVIII e XIX, o Brasil chegou a ser um dos maiores produtores e exportadores mundiais dessa fibra, que era usada como matéria-prima para a indústria têxtil inglesa no período da Revolução Industrial.

O conjunto de relações da coroa portuguesa com as outras coroas europeias, principalmente a Inglaterra, resultou numa série de acordos e tratados que vieram a interromper o desenvolvimento embrionário da industrialização na Colônia.

O primeiro a ser destacado é o Tratado de Methuen, 1703, também conhecido como Tratado de Panos e Vinhos (de forma sintética), foi um acordo comercial que estabeleceu que a Inglaterra faria aquisição de vinhos da Coroa Portuguesa com tarifas reduzidas e em contrapartida a coroa portuguesa importaria os produtos têxteis ingleses isentos de taxas alfandegárias, entre outras trocas comerciais. Além da Coroa Portuguesa se comprometer em não industrializar a Colônia, o tratado teria a duração de vinte anos, tendo sido renovado por mais vinte anos devido ao certo crescimento econômico das nações.

Segundo Keller (2010, p.82), em 1785 foi expedido um alvará pela Rainha Maria I, que proibia que a mão de obra fosse investida nas manufaturas para direcioná-las para o desenvolvimento da agricultura e da mineração, com exceção das manufaturas que produziam vestes para os escravos e sacos para produtos agrícolas. Isso foi revogado no ano de 1808 – com a chegada da família real ao Brasil, fugindo de Portugal, sob a proteção Inglesa – e foi sucedido pelo Tratado de Cooperação e Amizade, em 1810, favorecendo a importação de produtos ingleses baseado em taxas tarifárias de 15%. O resultado foi o acirramento competitivo no mercado nacional contribuindo para o enfraquecimento da industrialização no interior da Colônia.

Segundo Fujita e Jorente (2015, p.159), “durante todo o período do Império, prevaleceram os interesses dos grandes produtores rurais. De acordo com Costa (2000, p.40), tudo o que se fazia, desde o ponto de vista da infraestrutura até as tarifas alfandegárias, visava apoiar a produção agroexportadora”. No dizer dos autores, a compreensão da coroa portuguesa era de que a riqueza real da Colônia deveria vir do extrativismo e da produção agrícola, mas as condições de garantia do reinado português, com sua retirada para a Colônia, estabeleceram para a Inglaterra as bases de exclusividade do mercado que se fortaleceria com os novos moradores e suas novas demandas, sob baixas taxas alfandegárias, fortalecendo a indústria inglesa. Haveria que se sufocar toda iniciativa que pudesse atrapalhar os negócios.

Segundo Keller (2010, p.83), o regime de trabalho baseado na exploração de povos escravizados e a grande importação de produtos têxteis ingleses contribuíram para o baixo crescimento da indústria têxtil brasileira. Ainda nas ideias do autor, a virada para o desenvolvimento da indústria têxtil acontece com mudanças na tarifa para as alfândegas, que

ficou conhecida como Tarifa Alvez Branco, assinada no ano de 1844. Essa norma estabelecia que alguns artigos importados deveriam pagar taxas que variavam de 20% a 60%, o que acarretou, mesmo que indiretamente, o desenvolvimento de novas atividades econômicas e aumentou a competitividade no mercado interno, favorecendo a circulação de produtos têxteis.

Outro fator que contribuiu para o processo de fortalecimento foi a isenção de tarifas para maquinário e matéria prima para a indústria de transformação¹⁵, em 1846, condições que permitirão melhorar a produção no interior das fábricas brasileiras, além da importação de bens de capital para se tornarem mais competitivas, realizando a substituição de tecelagens arcaicas e de matérias primas diversificadas. O contexto de proteção alfandegaria e liberação de impostos para máquinas e matéria prima gerou uma cadeia de investimentos e durante o período de 1866 a 1885 houve crescimento no número de fábricas. De acordo com dados de Keller (2010, p. 84), em 1864, eram 20 fábricas; em 1881, 44 fábricas e em 1885 já eram 48 fábricas. Um aumento de 140% de 1864 para 1885.

Até aproximadamente metade do século XIX o processo de formação da indústria têxtil na Colônia foi pautado por essa série de tratados e normas, demonstrando uma forte relação entre o poder político e as frações dominantes nacionais, sejam os “barões do café”¹⁶, seja a burguesia industrial, em crescimento já nas primeiras décadas do século XX, de modo concentrado em São Paulo e Rio de Janeiro, principalmente, sob condições de substituição de importações¹⁷. A recessão causada pela Crise Financeira de 1929 (Quebra da Bolsa de Nova York) promoveria o estrangulamento das relações externas, de forte dependência agroexportadora, trazendo a implementação da política de substituições de importações, que no dizer de Tavares (1983, p.41) permite “caracterizar um processo de desenvolvimento interno

¹⁵ Nomenclatura utilizada para classificar os sistemas de produção que transformam um elemento em outro, ou seja, uma matéria-prima em um bem para o consumidor final ou em uma nova matéria-prima para a indústria. <https://www.siembra.com.br/noticias/entenda-o-que-e-a-industria-de-transformacao-e-os-desafios-atuais-no-pais/>. Acesso em 31 de março de 2023.

¹⁶ Os barões do café eram assim denominados em uma referência à nobreza europeia da época, que também possuía grandes posses de terra e riqueza. Esses barões do café eram capazes de exercer grande poder político e econômico no país, moldando a sociedade e a economia brasileira da época. Eram aqueles que, com a vinda da família real para o Brasil, tinham se instalado nas proximidades da corte, no Rio de Janeiro, ganhando terras para o seu cultivo (sesmarias) do príncipe D. João (1767-1826). À medida que o tempo passou, eles abandonaram outras culturas e procuraram focar na plantação de café, devido às oportunidades de lucro que ela proporcionava. Ver mais em <http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/historia-do-brasil/rio-de-janeiro/2887-a-forca-dos-cafeicultores-os-baroes-do-cafe> Acesso em 01 de abril de 2023. Sobre a concentração industrial ver: KELLER, 2010.

¹⁷ A política de substituição de importações no Brasil do século XX teve como objetivo estimular o desenvolvimento econômico nacional por meio da produção interna de bens que antes eram importados.

que tem lugar e se orienta sob o impulso de restrições externas e se manifesta, primordialmente, através de uma ampliação e diversificação da capacidade produtiva industrial.” Ainda, no dizer da autora “trata-se de satisfazer a demanda interna existente, não afetada pela crise do setor exportador e/ou defendida pelo governo.” (TAVARES,1983, p.42).

Entre as formas que o então governo provisório de Getúlio Vargas utilizou para contornar os estragos da crise de 1929 foi a implantação de políticas voltadas para salvar os produtores de produtos para exportação, sobretudo os cafeicultores, com medidas como compra, recolhimento e armazenamento da produção, além de posterior queima de milhares de sacas de café. Observa-se a seguir parte de publicação de 13 de junho de 1931, reproduzido no Memorial da Democracia¹⁸ sobre o episódio:

Em Santos, no litoral paulista, o dia de Santo Antônio tem um cheiro diferente: café torrado. O governo provisório mandou queimar os estoques de café, pois o preço do produto e as exportações não param de cair desde a quebra da bolsa de Nova York, em 1929. Resultado: milhões de sacas começam a virar fumaça e perfumar o ar da cidade. O objetivo é claro: reduzir a oferta e assim conter a queda dos preços internacionais do produto, o que equilibraria nossa economia e impediria a falência dos cafeicultores.

O governo assumira a gestão da produção, estocagem e comercialização do café em 16 de maio, retirando-a da responsabilidade do Instituto do Café do Estado de São Paulo. Desde então, cabe ao Conselho Nacional do Café, ligado ao governo central: a aquisição, guarda e liquidação dos estoques de café, a unificação dos métodos e normas seguidas pelos estados produtores e todo o esforço necessário para a defesa do café, responsável por mais de 70% das exportações brasileiras. Representantes dos estados produtores — São Paulo, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Bahia, Pernambuco e Paraná — participavam da gestão do novo Conselho.

O Brasil produzia por ano café suficiente para abastecer todo o mercado mundial. Para manter a economia cafeeira, nos anos de 1920, os estados produtores — principalmente São Paulo — faziam empréstimos externos e os repassavam aos cafeicultores. Mas isso só adiou o problema, pois a produção não parou de crescer, assim como as dívidas dos fazendeiros.

Com a redução do comércio mundial, em função da crise econômica, e o fim do fluxo de capitais externos, em virtude da desestruturação do sistema financeiro internacional, ficou impossível negociar novos empréstimos. A quebra foi geral. A dívida do país cresceu, e nossas exportações despencaram. Havia tanto café sobrando que cogitaram usá-lo como lenha para locomotivas. (...)

¹⁸ GOVERNO INCINERA ESTOQUES DE CAFÉ: Com medida drástica, Getúlio visa conter queda dos preços no exterior. Ver em <http://memorialdademocracia.com.br/card/getulio-autoriza-queima-dos-estoques-de-cafe>. Acesso em 31 de março de 2023.

Até 1945, mais de 70 milhões de sacas de café foram queimadas no país — quantidade suficiente para garantir o consumo mundial do produto

A crise de 1929, desencadeou a queda das exportações brasileiras e a exposição de uma política de endividamento a que se submeteram os governos estaduais e produtores. O Estado brasileiro, sob a hegemonia dos “barões de café”, comprou todo o café excedente e armazenou, visando a manutenção dos preços, para salvar os lucros dos produtores rurais. Não é de se admirar que tal situação levou ao endividamento externo do Estado brasileiro.

Sob tais pressupostos, as relações que fomentaram a crise do setor agroexportador contribuíram também para a impossibilidade de importação de bens de consumo e o conseqüente crescimento da indústria, com fortalecimento de uma burguesia urbano-industrial, que emergiria para também disputar o poder político e as instituições públicas. O Estado também seria chamado a contribuir com políticas para estimular a produção industrial, promovendo a quebra de taxas alfandegárias internamente e para importação de bens de capital (principalmente maquinário), implementação de infraestrutura e criação de estatais para os segmentos industriais mais onerosos do desenvolvimento industrial nacional (a chamada indústria de base)¹⁹.

A intervenção do Estado através de medidas protecionistas foi significativa para que a indústria têxtil brasileira se fortalecesse. No tocante à indústria têxtil, durante os anos 30, o segmento de fibras se diversificou e foram introduzidas fibras de bases artificiais como o *raiom*, sendo o algodão a fibra de base predominante. Em 1931, 100% da demanda interna já era suprida pela produção nacional e, em 1941, o excedente de produção já era fornecido principalmente para a América Latina. (KELLER, 2010, p. 87).

Com a diversificação da economia brasileira, a relação de concessões e privilégios do Estado com o setor têxtil foi dando lugar a novas aberturas e fortalecimento de outros setores, destacando-se, na década de 50, as indústrias ligadas ao complexo metal-mecânica. Um dos fatores importantes para a diversificação de outros setores foi a implantação do Plano Nacional de Desenvolvimento (Plano de Metas) do presidente eleito Juscelino Kubitschek (1956- 1961),

¹⁹ Sobre o Estado capitalista ver Poulantzas (2000). Segundo o autor o Estado carrega tensão relacional em sua materialidade uma vez que há conflitos de interesses entre as classes e frações de classe, no interior da sociedade civil, sobretudo. O Estado, para o autor é “*condensação material e específica* de uma relação de forças entre classes e frações de classe.” (POULANTZAS, 2000, p. 131)

que ampliaria a política de substituições de importação, já iniciada com Getúlio Vargas, mas que traria a marca de “50 anos em 5”²⁰.

Segundo Fujita e Jorente, (2015, p. 162) a década de 1950 foi marcada pelos investimentos em desfiles de moda e parcerias esportivas para publicidade, a fábrica Bangu, criada em 1889 no Rio de Janeiro foi uma das empresas que realizou estes investimentos, contudo, durante anos 60 e 70, a indústria têxtil (confeção) perdeu espaço dentro da indústria de transformação brasileira. Essa retração segundo Keller (2010) se deu através da ênfase nos setores mais dinâmicos da economia e a maior diversificação do parque industrial brasileiro.

Para o autor isso deve-se porque os parques industriais têxteis tinham crescentes deficiências tecnológicas, iniciadas com as restrições para importação de máquinas e equipamentos durante os anos de 1931-1937²¹ e que, como expusemos, fizeram parte da política de preço do café, sobretudo. Mesmo com o setor perdendo espaço durante os anos 70, a indústria têxtil cresceu em conjunto a toda estrutura industrial brasileira, marcada pelo aumento no consumo de fibras têxteis (KELLER, 2010).

Segundo Keller (2010, p. 91), entre o final da década de 1970 e início da década de 1980 houve uma queda significativa na demanda interna de produtos têxteis, provocando uma redução no número de empresas têxteis e aumentando a concentração industrial no setor. Neste contexto de necessidade de inovação nos processos tecnológicos acontece a primeira Feira Internacional da Indústria têxtil (FENIT), expondo possibilidades de reinvenção. Segundo Teixeira (2007, p. 130), a moda apareceria como grande referencial de mercado e mudou a perspectiva da indústria na condução das suas atividades produtivas e, principalmente, na promoção de seus produtos (*apud* FUJITA, JORENTE, 2015 p.163).

Nos anos 80, com a implantação do Plano Cruzado, houve um aumento na demanda interna seguido por uma série de investimentos no setor, entretanto no início da última década

²⁰ Uma das metas mais conhecidas do Plano de Metas era o slogan "50 anos em 5", que representava o desejo de transformar o Brasil em um país desenvolvido em apenas cinco anos. Para Abreu (2001, p. 34) o mentor e relator do Plano de Metas, Roberto Campos, defendia o desenvolvimento industrial planejado e a participação do Estado na economia e ao mesmo tempo apoiava a abertura da economia com captação de capital estrangeiro, com foco em obter importações de tecnologia.

²¹ Durante os anos de 1931-1937, o Brasil passou por um período de crise econômica e de instabilidade política, o que levou o governo a adotar políticas energéticas protecionistas para tentar estimular a produção nacional e reduzir a dependência de estrangeiros. O fechamento dos portos foi uma medida política adotada pelo presidente Getúlio Vargas em 1930, logo após assumir o poder no Brasil. A medida consistia em restringir a entrada de produtos estrangeiros no país, com o objetivo de proteger a indústria nacional e evitar o desequilíbrio da balança comercial. Ver mais sobre em BASTOS e FONSECA, 2012.

do século XX o setor entra em “queda livre”. Tal condição está vinculada ao processo de abertura geral da economia nacional por meio da quebra das taxas alfandegárias de importação e do protecionismo vigente a indústria nacional, a partir da eleição de Fernando Collor (1990-1992), tendo promovido o acirramento da concorrência externa dentro do mercado nacional e entrada de produtos têxteis asiáticos no país. Sabrá (2015) apresenta o processo em marcha como uma reformulação no setor têxtil, inserindo na cadeia produtiva brasileira atividades que se tornaram relevantes para a continuidade do desenvolvimento da indústria.

Assim, com os elos entre design, engenharia, produção, administração, comunicação, entre outros, é possível transportar uma ideia intangível, ou um objeto de desejo, para algo tangível, e partir para a concretização desta forma e para a produção em série do produto. (SABRÁ, p.49, 2015. Grifo nosso)

Para Costa e Rocha (2009, p. 165), o avanço da China e sua capacidade de produção em larga escala tem interferido (nas empresas dos países desenvolvidos) na orientação de investimento em etapas de sua produção, tais como no *design*, na organização da produção e no *marketing*; estes apresentam maior valor agregado²². Como aponta Costa e Rocha (2009, p. 167) a cadeia têxtil e de confecção da China é moderna e altamente desenvolvida, resultado de investimentos no setor. De fato, nos últimos anos, cerca de 70% das máquinas vendidas no mundo foram destinadas à China. A cadeia é altamente integrada, controlando diversas etapas do processo produtivo, e conta com sistemas de financiamento para a distribuição dos produtos.

Os anos 2000-2010 são marcados pelo alto faturamento de toda a cadeia têxtil, com o aumento das importações de produtos industrializados (US\$ 60,5 bilhões, dados da ABIT- Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção). Sabrá (2015, p.54) destaca a valorização do Governo Federal com a moda brasileira, projetando na mesma a capacidade de alterar o valor econômico dos objetos a ela vinculados.

A indústria têxtil se configura como uma cadeia produtiva²³ muito complexa e se estabelece a partir de uma gama de processos de transformação. Rech (2008 p. 9) destaca, na

²²Aqui entendemos valor agregado como mais concentração de trabalho necessário para produzir a mercadoria, ver teoria do valor em Marx “Os valores das mercadorias estão na razão direta do tempo de trabalho invertido em sua produção e na razão inversa das forças produtivas do trabalho empregado.” (MARX, 1985, p. 78)

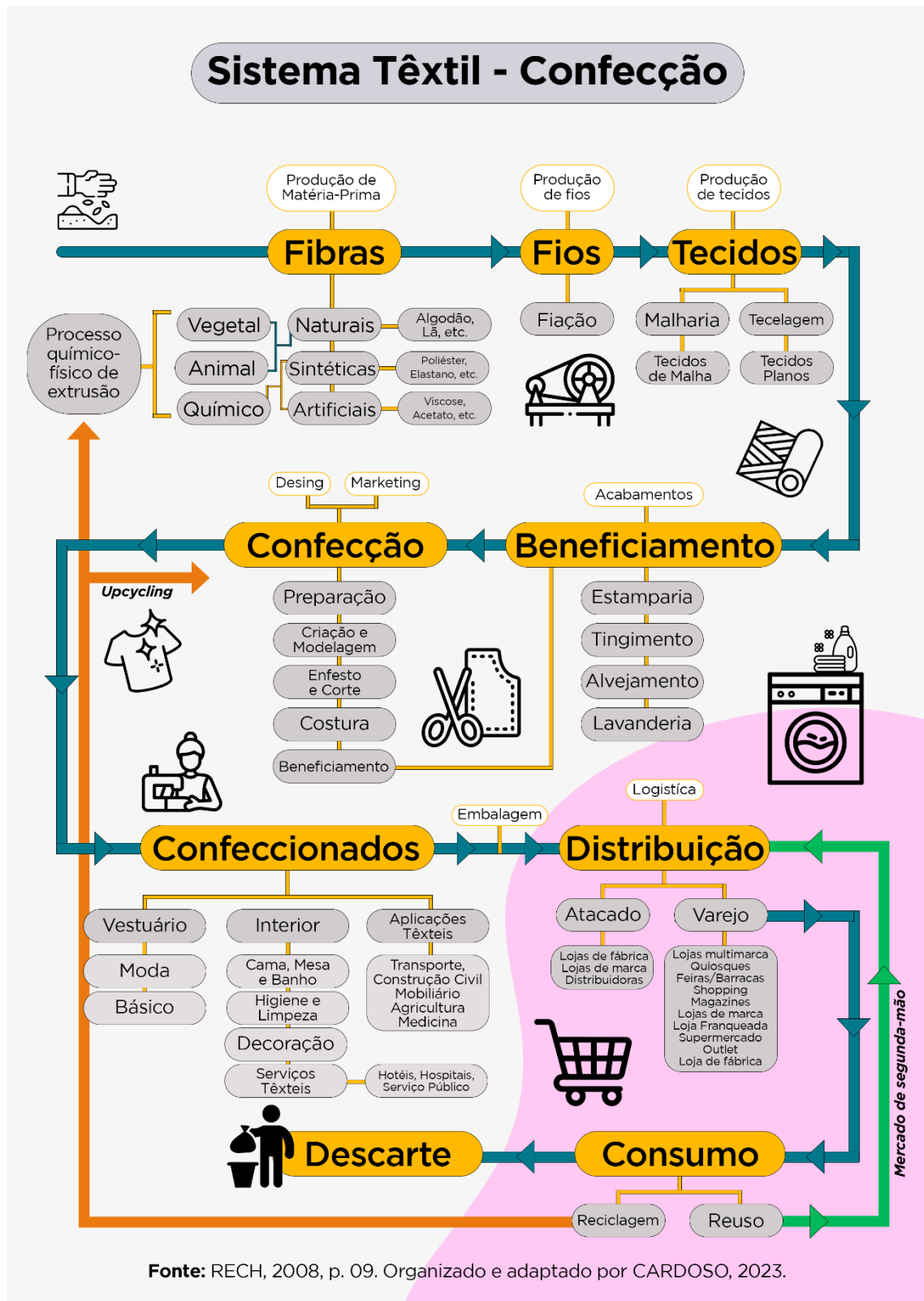
²³ O termo, cadeia produtiva da moda expressa o sistema têxtil e de confecção que se configura como uma *filière*, termo de origem francesa que apresenta o significado de fileira, ou seja, uma sequência de atividades empresariais que conduzem a uma sucessiva transformação de bens, do estado bruto ao acabado ou designado ao consumo. Ver mais em Rech (2006)

esfera do processo produtivo, os seguintes estágios: produção da matéria prima, fiação, tecelagem, beneficiamento/acabamento, confecção e mercado.

Dentro desse sistema fica visível os elos com outras indústrias, conforme demonstrado no Fluxograma 01.

Observa-se que na etapa inicial de produção da matéria prima (as fibras), estão articuladas nas tramas da indústria química através das fibras sintéticas e artificiais, além da agricultura e pecuária, com as fibras naturais.

Fluxograma 01: Elos da Industria Têxtil e comércio de segunda-mão



Fonte: RECH, 2008, p. 09. Organizado e adaptado por CARDOSO, 2023.

O processo que segue, de fiação e tecelagem/malharia, é composto por maquinário das indústrias de metal-mecânica, assim como no beneficiamento e na confeção. Ainda há que se destacar toda tecnologia envolvida nas modalidades de beneficiamento de tecidos e de produtos

confeccionados prontos, o processo de automação nas produções em larga escala exige uma dinâmica de produção intensiva, essa inter-relação de indústrias na etapa da produção, torna esse setor extremamente complexo. Na esfera da circulação, a condução dos produtos têxteis, confeccionados e de vestuário são agenciados pelo setor de logística tornando possível a realização na etapa do consumo.

O mercado de segunda-mão se insere no sistema têxtil-confecção por meio do descarte dos produtos têxteis de vestuário, após o primeiro ciclo na esfera do consumo, complexificando ainda mais a estrutura do sistema têxtil-confecção, contribuindo para que se realize um novo ciclo dos produtos têxteis de vestuário na esfera da circulação e do consumo.

Dentro do universo da reutilização dos produtos têxteis de vestuário está o *upcycling*. O termo em inglês significa reutilização e está relacionado a produzir uma nova mercadoria com um produto têxtil descartado após o consumo, a prática relaciona o *upcycling* com as etapas de produção de matéria prima através do reaproveitamento das fibras e na etapa de confecção, adicionando uma nova modelagem ao tecido descartado.

O mercado de segunda-mão e a possibilidade de realização do *upcycling* oferecem para a cadeia têxtil-confecção a característica de circularidade, sendo possível uma retroalimentação que subsidia todo o sistema de moda.

1.3. Das lojas de departamento aos brechós: consumo consciente ou vamos às compras!?

O modelo de negócios de *fast fashion*²⁴ atual é resultado de avanços na concepção e modelo das lojas de departamento ou magazines. Seu surgimento na Paris do século XIX ocorreu a partir de uma complexa rede de condições e avanços das formas urbanas, de mobilidade social e do processo de industrialização europeu.

Harvey (2015, p. 288), destaca o papel de espetacularização das mercadorias com o destaque as construções arquitetônicas e luxuosas nos *boulevards* parisienses (*apud* Santos, 2020, p. 56). A concepção do moderno nas formas urbanas e na organização espacial interna tinha a intenção de guiar os olhares e estimular os desejos, na forma externa da vitrine ou na exposição das mercadorias em prateleiras. As lojas de departamento ou *magazines*, em seu

²⁴ **Fast Fashion** significa moda rápida, descartável. É o termo utilizado para designar a renovação constante das peças comercializadas no varejo de moda.

modelo inicial, possuíam amplitude de produtos separados por seções (lar, vestuário, moveis etc.) e preços mais baixos e únicos; essas características só eram possíveis devido a mecanização da produção e maior exploração da força de trabalho.

No Brasil a inauguração do primeiro *magazine* foi no ano de 1912, no Rio de Janeiro. A Casas Pernambucanas, o modelo instalado no Brasil, com investimento estrangeiro, não acompanhou a tendência europeia. Sua arquitetura nada tinha de luxuosa e acompanhava o próprio desenvolvimento urbanístico das cidades brasileiras do século XX. Os produtos vendidos eram importados, o que acarretava preços maiores para o consumidor final.

Segundo Santos (2020, p. 68), a instalação das lojas de departamento no Brasil tiveram desdobramentos em níveis desiguais, quando comparados as experiências europeias e da América do Norte, em três pontos: a) característica do moderno, chegando ao Brasil em meados de 1910, o modelo de lojas de departamento só se consolidou após a década de 1940 e em um curto período de tempo novas formas comerciais chegam ao país como os *shoppings centers* e hipermercados, em 1960, açulando a concorrência e ostentando o símbolo de modernidade; b) ampliação do mercado consumidor, como estratégia de consolidação das lojas de departamento europeias, a formação da classe média consumidora e a ampliação do crédito foram essenciais, entretanto, no Brasil do início do século XX, existiam bases sociais herdadas do período da colonial e de escravidão, cuja população empobrecida, constituída sob os moldes da desigualdade social extremada, era limitadora do consumo; c) os avanços na cadeia industrial de produção, com um avanço moroso devido a sua especificidade de produção agrícola exportadora, baseada no monopólio de terras e comércio clandestino de escravizados. (SANTOS, 2020).

A autora Santos (2020, p. 72), ainda descreve a principal semelhança nas experiências mundiais e a essência do modelo de lojas de departamento como “maximização do lucro a partir da concentração de uma grande variedade de produtos, a obtenção de uma pequena margem de lucro por unidade, mas um grande volume de vendas, bem como preços fixos”.

Nesse contexto, a comunicação, publicidade e propaganda tem papel central para o posicionamento das marcas, bem como para a cultura do consumo, a criação de coleções e lançamentos que não são estritamente ligadas às quatro estações do ano, com atenção para um calendário de datas comemorativas. As ideias que avigoram o consumismo como ideologia, estão ligadas a demarcação de modelos de vida e formação de novas identidades, que perpassam a regionalização local. No Brasil, os anos sessenta foram marcados pela difusão do *American*

Way of Life (estilo de vida americano), que, segundo Santos (2020), demonstrava um estilo de vida baseado no consumo exacerbado como símbolo da modernidade.

Várias series americanas demonstravam as possibilidades de se viver muito melhor, trazendo o exemplo americano como modelo. *Bewitched* (A feiticeira), por exemplo foi uma série americana transmitida nos EUA entre 1964 e 1972. No enredo, uma mulher com poderes de “bruxa” casa-se com um homem mortal, prometendo renunciar a seus poderes para levar uma vida típica de “dona de casa” suburbana americana, mas vive em constante conflito por isso, situação que a leva a quebrar as regras diariamente, em claro enfrentamento da sua condição de gênero e subvertendo a “ordem” social.

Em meio a um padrão de consumo muito apurado, a personagem com um mexer de nariz coloca uma infinidade de eletrodomésticos para fazer o trabalho doméstico enquanto realiza outras demandas, nas quais quase sempre envolve salvar o marido de problemas. No Brasil teve entrada na televisão em 1965 e ainda hoje pode ser encontrada em canais de assinatura.²⁵ Juntamente com outras produções televisivas, filmes e os muitos produtos industrializados que passam a entrar na vida dos brasileiros, o padrão de consumo se amplia, ainda que limitado pelas condições sociais: era para quem poderia pagar por eles.

O desenvolvimento das técnicas de comunicação e de relacionamento no ambiente virtual, a partir da última década do século XX, possibilitaram a migração de todo o sistema das lojas de departamento para as páginas de *sites* na *web*, de modo que nas duas primeiras décadas do século XXI, a publicidade tem estado emaranhada nas redes sociais, impulsionadas por *personas* com influência digital: os *influencers*, blogueiros, que através do *Life Style* (estilo de vida) ditam comportamentos, pensamentos políticos, definem “verdades” e “vendem”²⁶ produtos.

Os Brechós tiveram destaque e se popularizaram em diversos momentos, um dos casos de sua entrada popular foi o da Tendência *Vintage*²⁷, usar peças icônicas e com uma estética datada, que faz alusão a roupas produzidas em outros períodos históricos. O termo, as vezes, se

²⁵ Ver [https://pt.wikipedia.org/wiki/Bewitched_\(s%C3%A9rie_de_televis%C3%A3o\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Bewitched_(s%C3%A9rie_de_televis%C3%A3o)) entre outros.

²⁶ O estilo de vida de uma pessoa ou grupo de pessoas com pensamentos, preferências e gostos semelhantes, está relacionado a hábitos, comportamentos e grupos. Neste caso é uma projeção de vida “perfeita” e abastada, regada a ostentação e consumismo.

²⁷ *Vintage* - palavra inglesa que na moda virou referência para designar roupas de outras épocas. Ver mais em: SABINO, 2007.

confunde com o *Retrô*, que faz referência a estética de épocas passadas, mas em roupas novas²⁸. A tendência *Vintage* tem contribuído para a procura de Brechós, pois nesses locais há grande concentração de peças antigas, com modelos que marcaram décadas; o jeans grosso, de cintura alta, recentemente popularizado como *mom jeans* no novo século, foi sucesso da tendência *street style*, nos anos 1980/90, por exemplo.

Como apontado, nos brechós se concentram uma variedade de peças *vintages*, em sua maioria usadas, mas é possível encontrar também peças novas, com o diferencial de preços mais baixos que em lojas convencionais, assim, os brechós aparecem como opção nesse mercado, muito embora, quando a procura cresce, os preços no segmento de segunda-mão também tendem a elevar (lei da oferta e procura). Um fenômeno que também chegou no mercado de roupas de segunda-mão.

Outrossim, é preciso destacar que *vintage* não é sinônimo de velho, ou de usados, exigindo do estabelecimento comercial condição de apresentar os produtos de maneira “limpa” e “visualmente atraente” para o consumidor. De modo que nem todo comerciante de roupas usadas vende moda, ou mesmo consegue assumir as tendências e modas “alternativas”. Assim, a moda é apresentada e incorporada pela sociedade, nos diferentes tempos e contextos históricos, se mostra viva, marcando a aparência e a cultura, estando a todo momento se reinventando, assim todo aspecto cultural da sociedade também se transforma.

Outro destaque importante para compreender o aumento no consumo em Brechós e consumo de itens de segunda-mão, em geral, estão marcados pela questão ecológica e de sustentabilidade ambiental; há pesquisas que demonstram que parte dos problemas ambientais que vivemos hoje se desencadearam devido atividades antrópicas, que aconteceram em menores e/ou em maiores escalas. Parte significativa dessas atividades, em grande escala, decorreram e decorrem da sociedade industrial.

Durante nossa pesquisa, encontramos uma plataforma denominada Modifica, que trabalha temas como moda e comportamento transdisciplinar que tem foco na “sustentabilidade e no futuro”. A plataforma Modifica²⁹. Abrindo a aba “socioambiental” nos deparamos com

²⁸ Sobre a diferença de *Vintage* e *Retrô* ver em <https://siterg.uol.com.br/moda/2022/06/10/vintage-ou-retro-entenda-a-diferenca-entre-os-estilos/#:~:text=A%20moda%20vintage%20%C3%A9%20algo,novo%20com%20um%20aspecto%20antigo.> Acesso em 03 de abril de 2023.

²⁹ A primeira plataforma de moda e comportamento transdisciplinar com foco em sustentabilidade e futuro. Ver mais em www.modifica.com.br Acesso em 20 de março de 2023.

vários textos e reportagens, os quais são assim considerados: “Textos e reportagens sobre as relações entre questões sociais e ambientais a partir de uma perspectiva ecofeminista com destaque para os processos de injustiça ambiental e climática.”³⁰

São 112 textos produzidos e disponibilizados. Desses, pelo menos 08 deles tratam diretamente das relações econômicas e de poder que envolvem a indústria têxtil e de vestuário, o agronegócio, meio ambiente, justiça social³¹.

b) O Algodão

Embora mundialmente, a produção de fibra de algodão tenha aumentado apenas 70% entre 1975 e 2019, a produção desta fibra no Brasil disparou. Em 1975, era de 1,8 milhão de fardos (para converter fardos em toneladas, é só os dividir por 4,593), e 13,2 milhões de fardos em 2019. As exportações tiveram um desempenho ainda melhor, passando de 356 mil fardos para 8,6 milhões de fardos no mesmo período – um aumento de 600% e 2000% respectivamente. Muito dessa agitação pode ser atribuída ao estado do Mato Grosso, que, em 1995, oferecia 907 mil quilômetros quadrados de terras, divididos em três biomas principais: floresta amazônica, Cerrado e Pantanal. Apenas 15% das terras estavam ocupadas ou em cultivo, quando 40% eram realmente aptas para a agricultura.

Em 4 curtos anos, 1995/6 – 1999/2000, a produção de algodão no Mato Grosso subiu de 33 mil toneladas para cerca de 302 mil, aumentando de uma pequena porção do total brasileiro para cerca de metade da produção. O rendimento médio da fibra foi estimado em 1.125 quilos por hectare em 1999/00 – possivelmente o maior rendimento médio de sequeiro do mundo. Como a produção de algodão era relativamente nova, os problemas de pragas e doenças no Mato Grosso eram incomumente baixos para a produção tropical.

³⁰Saiba mais em <https://www.modifica.com.br/socioambiental/> Acesso em 20 de março de 2023.

³¹ Lista de links para os textos selecionados.

<https://www.modifica.com.br/pesquisa-jornalismo-engajamento-climatico/>

<https://www.modifica.com.br/fibras-do-cuidado-algodao-agroecologico/>

<https://www.modifica.com.br/em-inga-pb-algodao-agroecologico-fomenta-autonomia-do-campo-e-agricultura-sem-veneno/>

<https://www.modifica.com.br/estudo-ingles-sugere-formas-de-ensinar-as-pessoas-sobre-o-valor-das-roupas/>

<https://www.modifica.com.br/estado-agrotoxicos-cancer/>

<https://www.modifica.com.br/o-conceito-de-capital-natural-esta-nos-levando-a-um-beco-sem-saida/>

<https://www.modifica.com.br/o-agro-nao-e-pop/>

<https://www.modifica.com.br/algodao-organico-mst-justica-social/> Acesso em 03 de abril de 2023.

Em nenhum lugar, entretanto, a produção de algodão em larga escala foi possível, no longo prazo, em um clima tropical. O Mato Grosso continuou em alta. Para 2018/19, o estado produziu dois terços do algodão brasileiro, em uma área recorde de 1,07 milhão de hectares – 38% acima dos níveis de 2017/18, e mais de 90% nos últimos cinco anos. Como resultado, o Brasil colheu sua maior safra de algodão de todos os tempos para MY₂ 2018/19 – estimada em 12,8 milhões de fardos de 480 libras 3. Ou seja, o algodão no Brasil está crescendo. Mas é “mais sustentável”? A maioria de nós consideraria isso sustentável? (...)

Conclusões

Como cultura secundária à produção de soja brasileira, vimos que a produção de algodão no Brasil está potencialmente – em alguns casos, comprovadamente – envolvida no desmatamento ilegal e abusos dos direitos humanos, e é responsável por uma parcela desproporcional do uso global de pesticidas no algodão. O algodão é uma *commodity* produzida em condições aquém das ideais, em muitos lugares diferentes e por muitos motivos diferentes. Não estou pedindo uma proibição ou boicote ao algodão brasileiro. Estou simplesmente dizendo que rotulá-lo de “mais sustentável”, “melhor” ou “preferencial” é um absurdo.³²(KASSATLY, 2020.)

Não é objetivo do nosso trabalho aprofundar tal temática, mas a autora além de demonstrar a ampliação da produção, apresenta outras questões, entre elas o fato de que a cultura do algodão é secundária, produzida nas áreas de soja e sob tais condições, está longe de “sustentar” alguma sustentabilidade, inclusive, na produção de roupas, por exemplo.

Para a autora, mas também em outros textos da plataforma, os dados sobre os níveis de poluição que a indústria têxtil ejeta no planeta não tem sido confiáveis. Essa matéria prima consome cerca de 3% das terras férteis do mundo e cerca de 16% dos inseticidas e 7% dos herbicidas do mundo; além disso, para processo de tecelagem e tingimento, segundo Toniollo, Zancan e Wust (2015) são utilizados ácidos, sólidos solúveis e compostos tóxicos responsáveis por contaminar os recursos hídricos; ainda, cerca de 150 litros de água são utilizados para a produção de um quilo de tecido e 88% da água utilizada é descartada como efluentes³³

³² Texto escrito por Veronica Bates Kassatly. Artigo originalmente publicado em seu site pessoal e traduzido com permissão para o Modifica. <https://www.modifica.com.br/o-agro-nao-e-pop/>. Leia o artigo original em: [If Brazil is Better, what's worse? — Veronica Bates Kassatly](#). Este artigo foi publicado na edição de Apparel Insider de 16 de dezembro de 2020.

³³ Conjunto de resíduos líquidos lançados para o meio ambiente. "Efluentes", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2020, <https://dicionario.priberam.org/efluentes> [consultado em 14-08-2020].

líquidos³⁴.Afora a produção, ainda existe o circuito de finalização, limpeza e transporte das peças, o que acaba por acarretar outra onda de produção de lixo e gases de efeito estufa.

Outra tendência que também tem se apresentado como argumentos para se comprar em Brechós consta na chamada *esfera de responsabilidade social* das indústrias e empresas. Historicamente, a exploração do trabalho está no cerne da sociedade capitalista, uma vez que seus princípios são basicamente desigualdade, concentração e expansionismo. O trabalho assalariado foi e é vendido como sinônimo de liberdade, já que, em tese, o trabalhador, proprietário de sua força de trabalho e qualificação é livre para definir o preço do seu trabalho. Negociar com o patrão! Nessa condição a ideia de “Trabalho Escravo Moderno” é um contraponto importante para a sociedade capitalista combater, inclusive, já que de fato, o escravo é propriedade do patrão, não se constituindo em capital variável. O uso do trabalho escravo é uma contradição no capitalismo, mas evidentemente é sobretudo parte constituinte do modo de produção, não se realizando a modernização de todas as relações de trabalho no capital, ele se constitui também de relações pré-capitalista no capitalismo, o capital se arranja através de variados níveis e tipos de acumulação, dentre os tipos se mantém, o trabalho escravo ou análogo à escravidão.

"A produção capitalista de relações não-capitalistas de produção expressa não apenas uma forma de reprodução ampliada do capital, mas também a reprodução ampliada das contradições do capitalismo, o movimento contraditório não só de subordinação de relações pré-capitalistas, mas também, de criação de relações antagônicas e subordinadas não-capitalistas". (MARTINS, 1979, p. 21).

Postulados liberais são incisivamente defendidos a liberdade, a igualdade, a fraternidade, fundamentos da modernidade, assim como a ideologia empresarial da firmas, no capitalismo, tem permitido e encampado movimentos contrários a escravidão moderna ou trabalho semiescravo e com justa remuneração pelo trabalho realizado, apropriando-se dos discursos de movimentos sociais legítimos que denunciam o uso de força de trabalho análogo a escravidão na produção de roupas para grifes e marcas referenciadas no país, a ONG Repórter Brasil, reuniu as principais denúncias de escravidão dentro da indústria da moda no Brasil³⁵, a

³⁴ Informação é do relatório *The Pulse Of The Fashion Industry*, última publicação em: <https://globalfashionagenda.com/pulse-2019-update/#>

³⁵ Ver reportagem em <https://reporterbrasil.org.br/2012/07/especial-flagrantes-de-trabalho-escravo-na-industria-textil-no-brasil/> Acesso em 03 de abril de 2023.

matéria é de 2012 mas a ONG continua realizando levantamento de informações das cadeias produtivas de moda no Brasil, em 2020 durante o evento do Fashion Revolution foi lançado o aplicativo Moda Livre³⁶, o aplicativo avalia como marcas combatem trabalho escravo.

Apesar de todas essas condições as grifes citadas e também outras tem usufruído desse tipo de trabalho que tornou-se acessível fundamentalmente com a instalação da terceirização da produção fabril, condição que permite **marcas** contratarem lotes de peças de roupas, principalmente, individualmente, ou por meio de outras empresas, com instalação de barracões em condições quase sempre questionáveis, utilizando de mão de obra como imigrantes ilegais, desempregadas, mas principalmente mulheres e crianças.

Com a terceirização, muitas empresas deixaram de contratar funcionários diretamente e passaram a contratar serviços de outras empresas. Isso permite que elas reduzissem os custos com a folha de pagamento, pois não precisam mais pagar benefícios e direitos constitucionais para os trabalhadores terceirizados. Além disso, muitas vezes os trabalhadores terceirizados recebem salários mais baixos e têm menos direitos do que os funcionários contratados diretamente pelas empresas.

A globalização também contribui para a diminuição dos direitos trabalhistas, pois permitiu que as empresas se deslocassem para países onde a mão de obra é mais barata e as leis trabalhistas são menos rigorosas. Com a diminuição dos direitos trabalhistas e o aumento da terceirização, muitos trabalhadores perderam a segurança que tinham quando trabalhavam com carteira assinada. Isso significa que eles ficaram mais sujeitos a demissões, reduções salariais e outras formas de exploração.

Algumas atividades evidenciam bem essa dinâmica, como o caso da indústria têxtil, que passou por transformações significativas nas últimas décadas. Seguindo a tendência à subcontratação, essa cadeia produtiva passou por uma reestruturação baseada em pequenas unidades produtivas, condizente com as transformações do mundo do trabalho em regime de acumulação flexível (HARVEY, 1992), e foi deslocada para países como Brasil, Bangladesh, China e Índia. A significativa participação dos países em desenvolvimento nessa indústria se dá, justamente, pelo uso intensivo de mão de obra, mais barata nesses espaços (GORINI, 2000). (*apud* BARROS, 2021 p.02).

³⁶ O aplicativo pode ser acessado através do link: <https://modalivre.org.br/> Acesso em 03 de abril de 2023.

Em alguns países aonde as leis trabalhistas são incipientes e os direitos dos trabalhadores são frágeis e associados a outros regimes políticos, a pobreza absoluta instalada e em franco crescimento impera proporcionando a proliferação de utilização de condições não essencialmente capitalistas, ou mesmo pré-capitalistas, de produção; situação que tem florescido e dado corpo à globalização e a escravidão moderna.

De acordo com relatório publicado pela fundação Walk Free em 2018:

[...] o conceito de escravidão moderna abrange um conjunto de conceitos jurídicos específicos, incluindo trabalho forçado, servidão por dívida, casamento forçado, tráfico de seres humanos, escravidão e práticas semelhantes à escravidão.

De acordo com o documento, 71% das vítimas são mulheres, enquanto 29% são homens. Das 40,3 milhões de pessoas afetadas, 15,4 milhões estavam em casamentos forçados, enquanto 24,9 milhões se encontravam em condições de trabalho escravo. A Ásia representa 62% da estimativa global de pessoas em regime de escravidão.

A escravidão moderna é mais comum na Coreia do Norte e em outros regimes repressivos, mas as nações desenvolvidas também são responsáveis porque importam 350 bilhões de dólares em mercadoria produzidas em circunstâncias suspeitas, afirmou a fundação Walk Free. Na Coreia do Norte, por exemplo, 104 em cada mil pessoas viviam em tais condições. (Publicado por Deutsche Welle no G1, 2018)

No Reino Unido, o movimento *Fashion Revolution*, visa pressionar as grandes marcas por mais transparência em todo ciclo da moda, produção-circulação-consumo. O movimento lançou um manifesto, em 2018³⁷, pedindo que a produção de roupas não sejam responsáveis por explorar pessoas ou causar a destruição do nosso planeta, exigindo mudanças radicais. Sob outra abordagem, um estudo inglês apresenta possibilidade de realização de oficinas visando “ensinar as pessoas sobre o valor das roupas”³⁸.

Como se percebe, repensar como as roupas estão sendo produzidas tem se tornado discurso recorrente, em muitos casos até comparecem como prioridade e o “consumo consciente/sustentável”, a ser estimulado pelo mercado. Essa condição proporciona a abertura

³⁷ <https://www.fashionrevolution.org/manifesto/> Acesso em 03 de abril de 2023.

³⁸ Estudo Inglês Sugere Formas de Ensinar as Pessoas Sobre o Valor das Roupas <https://www.modifica.com.br/estudo-ingles-sugere-formas-de-ensinar-as-pessoas-sobre-o-valor-das-roupas/> Acesso em 03 de abril de 2023.

de novos/velhos nichos e categorias para esse novo mercado consumidor e esse segundo ciclo de circulação-consumo. Muito se fala de consciência na hora de consumir e os brechós têm crescido nesse movimento.

Desde a última década do século XX, vimos acontecer o surgimento de algumas agendas e eventos que foram significativos para a sociedade do século XXI. Poderíamos citar a realização da Eco-1992, no Rio de Janeiro, e o estabelecimento da Agenda 21 Global³⁹.

“179 países participantes da Rio 92 acordaram e assinaram a Agenda 21 Global, um programa de ação baseado num documento de 40 capítulos, que constitui a mais abrangente tentativa já realizada de promover, em escala planetária, um novo padrão de desenvolvimento, denominado “desenvolvimento sustentável”. O termo “Agenda 21” foi usado no sentido de intenções, desejo de mudança para esse novo modelo de desenvolvimento para o século XXI.

A Agenda 21 pode ser definida como um instrumento de planejamento para a construção de sociedades sustentáveis, em diferentes bases geográficas, que concilia métodos de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica.”⁴⁰

Esse importante documento foi e tem sido utilizado pelos movimentos sociais e governos como instrumento de planejamento. Foi o caso dos governos Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva. Trata-se de abrir a defesa para um novo padrão de desenvolvimento, denominado “desenvolvimento sustentável” que viesse a permitir tais princípios. Evidentemente que é uma concepção sistêmica de mundo e tem encontrado lastro de financiamento nas agencias mundiais.

Ainda, referenciamos a organização do Fórum Social Mundial, que vem acontecendo desde 2001⁴¹. É um evento que tem lastro em movimentos sociais de muitos continentes, visando elaborar alternativas para uma transformação social global, com o slogan: Um outro mundo é possível.

³⁹ A Agenda 21 é um mecanismo de planejamento que visa a promoção de sociedades responsáveis em diversas escalas geográficas, por meio da combinação de estratégias de proteção ambiental, justiça social e eficiência econômica. Ver mais em <https://antigo.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global.html#:~:text=A%20Agenda%2021%20pode%20ser.justi%C3%A7a%20social%20e%20efici%C3%Aancia%20econ%C3%B4mica>. Acesso em 03 de abril de 2023.

⁴⁰ Ver: <https://antigo.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global.html> (acesso em 20/03/2023)

⁴¹ O Fórum Social Mundial é um encontro anual que reúne organizações e movimentos sociais de diferentes países em busca de alternativas ao modelo neoliberal e ao sistema capitalista.

A origem desses fóruns acontece justamente quando o mundo passa a viver a intensificação da globalização, cujo efeito colateral desencadeou desemprego estrutural e empobrecimento das populações, inclusive em países da Europa, impondo situações que expuseram milhões de pessoas a condições de intensa pobreza e, fundamentalmente, a transformação das relações de trabalho, com perdas significativas e desestruturadoras dos direitos conquistados pelas classes trabalhadoras historicamente. Famílias de classe média e média baixa viram-se despejadas de suas moradias, para ocupar as ruas, calçadas e viadutos das cidades. Tudo isso resultado das políticas globalizantes e precarização do trabalho, mundialmente, sob comando do Consenso de Washington⁴².

O novo século chegou colocando em discussão o capitalismo e sua capacidade de garantir a existência de um futuro. Com isso, a primeira década do século XXI foi de enfrentamento, de opções políticas de centro-esquerda vitoriosas, em muitos países e de pautas de enfrentamento à pobreza, ao preconceito e a pautas identitárias que ficaram conhecidas como “politicamente corretas”.

Assim, a existência de condições de trabalho semiescravo ainda na segunda década do século XXI; se impõe a responsabilidade de uma nova consciência social necessária, ao mesmo tempo, parece ter caído como uma luva para o mercado de segunda-mão, ainda que o preço, na hora de consumir, tenha se tornando mais elevado.

Segundo Aguilera (2021, s.p.), o aumento no consumo de roupas de segunda-mão, de fato, até coincide com o um discurso de maior conscientização na relação com o consumo de mercadorias, mas também com anos de retração na economia.

uma análise do cenário econômico no Brasil – e no mundo – se faz necessária para contextualizar essas informações. Em 2015, o volume de vendas do varejo no acumulado do ano de 2015 recuou 4,3% com tecidos, vestuário e calçados representando uma negativa de -8,7% nesse recuo. No mesmo ano, o PIB (Produto Interno Bruto) sofreu queda de 3,8% e a renda per capita do brasileiro passou de US\$ 16,2 mil, em 2014, para US\$ 15,7 mil em 2015. Esses são só alguns dos diversos dados responsáveis por sinalizar que o aumento do consumo de roupas de segunda mão coincide, não só com o aumento da consciência das pessoas, mas também com anos de retração da economia e do varejo. (...)

Não é arriscado afirmar, então, que o consumo de roupas usadas no Brasil tende a ser, em grande parte, o que sempre foi: um jeito de se virar com o

⁴² O Consenso de Washington é o conjunto de dez **políticas econômicas liberais** que passaram a ser sugeridas e aplicadas para acelerar o desenvolvimento de vários países, tendo sido adotadas pelo FMI. Sobre o tema ver: (VAZ e MERLO, 2022).

baixo orçamento, cada um à sua forma. “Uma das expositoras das Brecholeiras me falou assim: ‘se eu for com R\$ 100 no shopping, eu não compro nada. Agora, com R\$ 100 aqui, eu saio com umas cinco sacolas e sobra dinheiro pra ir ao shopping comer’”, relata Carolina. A discussão sobre o porquê alguém necessita de cinco sacolas de roupa não passa pela cabeça das pessoas.

Com experiência de quase três anos no segmento, Luiza Guedes, uma das responsáveis pelo brechó Muambê, percebeu que brechó se tornou antídoto para culpa do consumo excessivo. “Comprar cinco peças usadas, ao invés de cinco itens novos numa *fast fashion* qualquer, concede a leve impressão de consumo consciente”, explica ela. Ou seja, a pessoa não repensa o consumo, ela simplesmente o transfere.

Essa perspectiva também encontramos em outras fontes:

Quase **70 milhões de brasileiros** têm itens sem uso em casa e 84% deles querem vender esses objetos, segundo pesquisa do Ibope Conecta para a OLX, em 2016. O mesmo levantamento aponta potencial de venda de **R\$ 262 bilhões** só no Brasil.⁴³

No Brasil, **o mercado de segunda mão cresce 24 vezes mais rápido que o varejo**, de acordo com o portal MMdaModa.⁴⁴

Em 2015, o número de micro e pequenas empresas que comercializavam produtos usados **aumentou 22,2%, chegando a 13,2 mil negócios**, conforme levantamento do Sebrae. **Já os brechós cresceram 210% entre 2010 e 2015.**⁴⁵

65% dos consumidores que compraram ou venderam produtos usados calculam o tamanho da economia em dinheiro, enquanto 92% acham vantajoso. É o que mostra uma pesquisa divulgada em 2018 pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil).⁴⁶

É importante ressaltar a importância da internet para o crescimento do setor. É possível verificar a grande oferta e procura por brechós nas redes sociais, que operam em lojas físicas ou *e-commerces* e atendem a consumidores de qualquer lugar do país. De acordo com Aguilera

⁴³Confira em: <https://www.cndl.org.br/noticia/itens-de-segunda-mao-aquecem-o-mercado/> Acesso em 18/08/2020.

⁴⁴Confira em: <http://www.mmdamoda.com.br/mercado-de-segunda-mao-cresce-24-vezes-mais-rapido-que-o-varejo-tradicional-veja-como-adequar-o-seu-negocio/> Acesso em 18/08/2020.

⁴⁵Confira em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/especial-publicitario/falando-de-sustentabilidade/noticia/2019/01/07/os-desafios-da-industria-da-moda-para-diminuir-o-impacto-ambiental.ghtml> Acesso em 18/08/2020.

⁴⁶Confira em: <https://site.cndl.org.br/livros-e-automoveis-sao-os-produtos-usados-mais-adquiridos-nos-ultimos-12-meses-revela-estudo-da-cndlspc-brasil-2/> Acesso em 18/08/2020.

(2019), no Brasil e no mundo, a pesquisa por “consumo consciente” aumentou 400% no período entre 2010 e 2015, dados da plataforma *google trends*⁴⁷.

Aspectos “noticiados” que podem aparecer como oportunidade para empreendedores e consumidores, mas que, como alerta Aguilera (2019), tem mais relação com a piora nas condições objetivas de vida desde 2015, aspectos de retração econômica, mas que entendemos também tem relação com as políticas de perdas de direitos dos trabalhadores, desinvestimento em saúde, educação e políticas de redução do desemprego, com a aprovação da “PEC dos gastos” no governo Temer e que foram ampliados com a eleição do ultraconservador Jair Bolsonaro, em 2018, piorando sobremaneira com a pandemia de COVID-19.

1.4. O perfil de consumidores na cidade de Dourados – MS: quem quer comprar de segunda-mão?

A busca pela espacialização do mercado de segunda-mão na cidade de Dourados (MS), como explicitamos na introdução desse trabalho, teve origem em um trabalho de avaliação da disciplina de Geografia das Indústrias e tratava-se da elaboração de um projeto de pesquisa que envolvesse a temática da disciplina e que pudesse ser trabalhado em conjunto com outras áreas temáticas da geografia, pensei por que não a “Geografia dos Brechós”. A partir da possibilidade de realmente trabalhar com a temática no trabalho de conclusão de curso, optamos por buscar compreender melhor o perfil de quem consome para assim iniciar nossa aproximação com quem consome e onde esse sujeito consome na cidade.

Portanto, nesta parte do trabalho, vamos examinar o perfil de consumidores de brechós na cidade de Dourados-MS, e para isso, foram realizados pelo menos dois procedimentos metodológicos.

Primeiramente, fizemos a realização de um questionário *online* para uma avaliação inicial e em um segundo momento, realizamos entrevistas presenciais estruturadas previamente e aplicadas durante a realização da Feira Criativa *O Balaio* que reúne expositores de vários setores, incluindo brechós.

⁴⁷ Ferramenta gratuita do Google que mostra os mais populares termos e assuntos buscados.

Em março de 2019 foi organizado um questionário *online* que circulou nas redes sociais através do perfil do Facebook pessoal da pesquisadora⁴⁸, visando coletar informações sobre o perfil dos consumidores de brechós em Dourados e em quais brechós costumavam consumir. O questionário com 07 perguntas foi disponibilizado através da plataforma google formulários e permaneceu online entre os dias 20 de março de 2019 e 15 de maio de 2019. Evidentemente, pela forma de exposição, o questionário atingiu estudantes e jovens do círculo social universitário, considerando que a partir de um perfil pessoal de rede social pessoal há certa identidade do grupo.

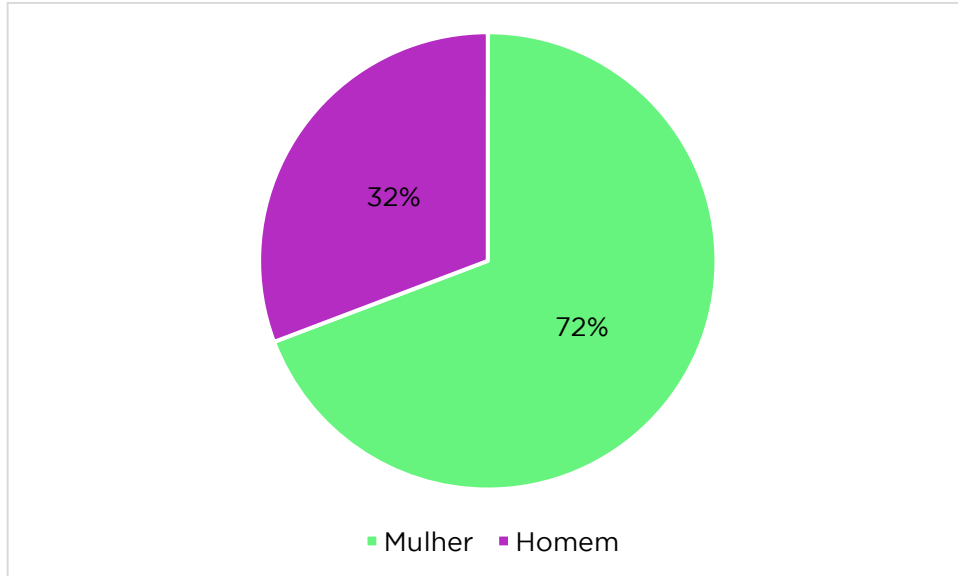
Foram coletadas cinquenta (50) respostas ao questionário online de forma espontânea, que permitiu algumas análises iniciais sobre mercado de venda de roupas usadas existente em Dourados e que é representativo para demonstrar a incorporação de motivações, além do baixo custo, como justificativa para consumo de roupas usadas.

Entre os respondentes que se dispuseram a preencher o questionário, 32% (14) se identificavam como homens e o restante, 72% (36), se identificaram como mulheres. (Gráfico 01)

Evidente que a maioria de respondentes serem mulheres só corrobora com a crescente ideia de que as mulheres historicamente são condicionadas através da indústria cultural a se interessar por assuntos relacionados a moda e ao consumo por itens considerados “superficiais”. Isso é alimentado pela própria sociedade industrial através de estratégias de publicidade e propagandas, que reduzem tudo a mercadoria de consumo, inclusive os corpos femininos. Os adornos e vestes femininas visam o embelezamento das mulheres ou mesmo atender aos anseios da sociedade de consumidores padronizados pela indústria do consumo desenfreado.

Gráfico 01 – Percentual de gênero (mulher e homem) entre entrevistados

⁴⁸ A publicação pode ser acessada através do link <https://www.facebook.com/euiaracardoso/posts/pfbid02oRUJQvXJidXfcoRhRQiuqh6jMSsafXHizVNa9TAdFp9fPooFDyETGFqaF8nfBweNI> Acesso em 12/03/2023.

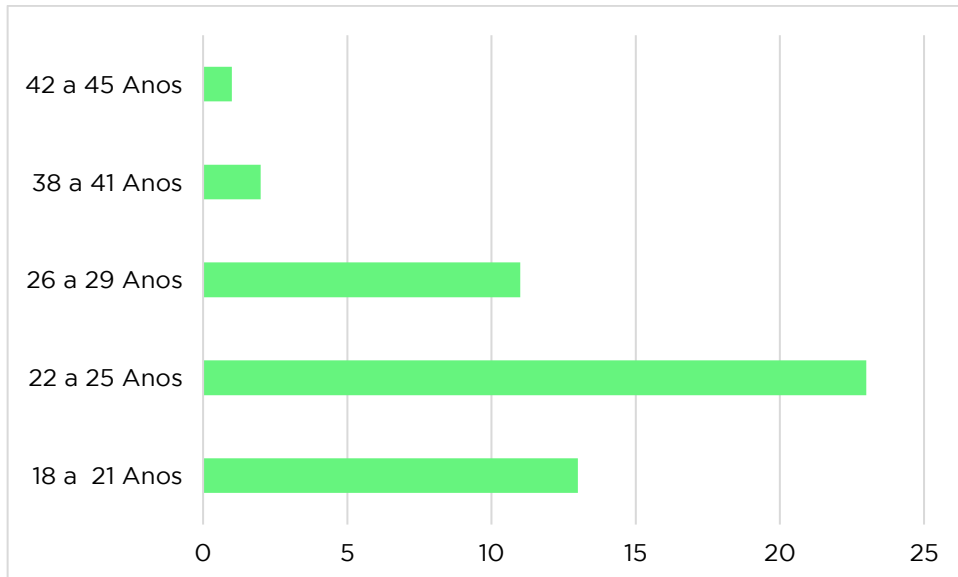


Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

É importante ressaltar que esse número não representa a totalidade do público que consome o seguimento, mas representa o universo das pessoas que responderam ao questionário, estimulados pela utilização das redes sociais. Uma condição curiosa e importante do perfil dos respondentes é a idade, entre 18 e 45 anos. Assim, criamos uma escala com intervalos de quatro anos para tornar a análise representativa. (Gráfico 02)

Observa-se que entre 22 e 25 anos encontra-se o maior número de respondentes. São vinte e três (46%) questionários respondidos nessa faixa de idade, seguido por treze (26%), entre pessoas de 18 a 21 anos, e onze (22%), para o público de 26 a 29 anos. Os respondentes mais velhos, acima de trinta anos, tiveram baixa expressão e juntos somam apenas três (6%). Percebe-se aqui que o público mais aderente a pesquisa foi aquela que podemos considerar de jovem, até 25 anos.

Gráfico 02 – Percentual de idade entre os entrevistados

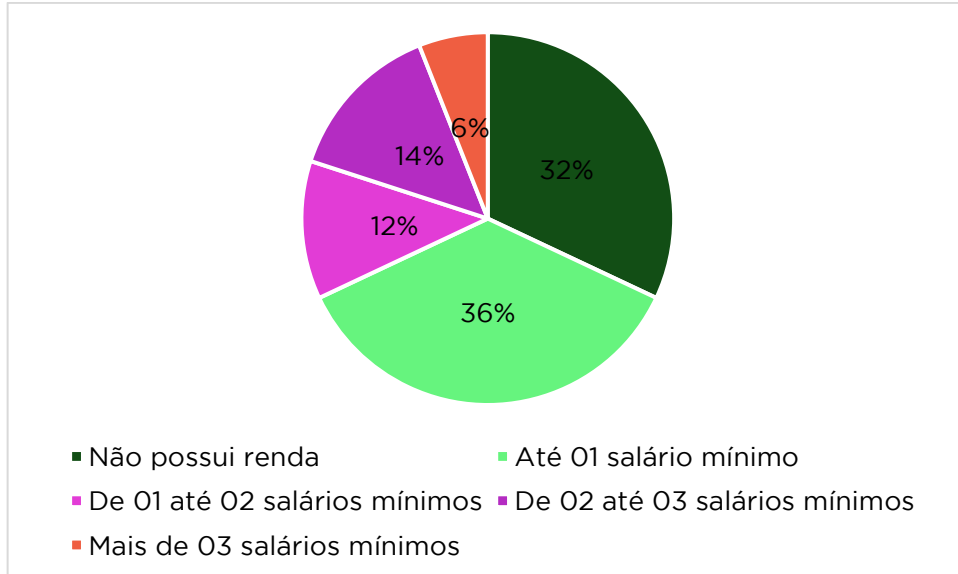


Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

Além disso, verificou-se que a maior parte dos participantes da pesquisa vivem com renda de até no máximo 03 salários mínimos (Gráfico 03), sendo que até um (01) salário mínimo (36%); seguido de uma parcela que não possui renda (32%). O número de pessoas que declararam viver sem renda é elevado, mas não necessariamente pode expressar total falta de renda, uma vez que pela idade relatada pelos participantes pode ser que os respondentes sejam ainda dependentes de renda familiar e que possuem renda fixa pessoal.

O público que possui renda de 02 até 03 salários mínimos representam 14%; seguindo para 12% dos que recebem de 01 até 02 salários mínimos e finalizando com o público que recebe mais de 03 salários mínimos (6%). Dessa forma, desconsiderando quem não declarou renda, pelo menos 48% dos respondentes vivem com no máximo 03 SM, que aos valores de 2019 eram de R\$ 998,00, e representariam o máximo de R\$2.994,00.

Gráfico 03 - Percentual de renda entre os entrevistados



Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

Assim, por meio de um instrumento simples de perguntas e respostas diretas, através da internet, reunimos um grupo de sujeitos que participaram da pesquisa de consumidores do setor de roupas de segunda-mão e cujo perfil principal atingiu em maioria mulheres jovens, até 25 anos e de baixa renda, com acesso até 01 salário mínimo.

1.4.1. Motivações dos consumidores

Sempre que se pensa em comprar algo, ainda mais durante períodos de recessão na economia, os consumidores realizam a equação custo-benefício para saber se realmente compensa realizar o gasto e adquirir tal produto ou serviço. Parte da tendência que acompanha o crescimento dos brechós está associada a consumir uma peça que custaria mais de três dígitos pelo preço de dois dígitos, o que seria um grande “achado” ou um excelente “garimpo”, é a peça preciosa em meio a milhares de peças que foram também descartadas.

Não é, portanto, necessidade fisiológica da roupa, o que demonstra que no ramo da roupa usada, há quem compre também por valorizar a moda hegemônica, mas que não possui renda suficiente para comprar uma peça nova. Nesse sentido, podemos trazer a reflexão de que o aumento de campanhas de fortalecimento da economia circular, da revenda e do reuso são formas de o capital continuar a se apropriar do valor daquela mercadoria. Quando o ciclo do consumo é realizado mais uma vez, o capital multiplica em dois o seu aumento de riqueza, como objetivo de acumulação futura, sob o interesse do próprio capital, ainda que sob outras condições. Aliás, não existe Planeta B, então é necessário que se reinvente formas de continuar acumulando riquezas, com os excedentes que já foram produzidos.

Ao perguntar sobre as motivações para comprar em brechó, o baixo custo das peças usadas foi o mais citado, tendo comparecido 42 vezes (46,15%) nas respostas dos participantes. Ao observarmos o perfil socioeconômico, cuja maioria ganha até um salário mínimo, sendo 14% até no máximo três salários mínimos, é evidente que são pessoas com um padrão de consumo bastante limitado, o que justifica a preocupação com os preços. Contudo, algumas motivações foram além da relação custo-benefício, o que pode ser observada abaixo.

Tabela 01 - Quais são as suas motivações para comprar em Brechó?

<i>Motivação</i>	<i>Citação</i>
<i>Preço</i>	14
<i>Preço + Estética</i>	8
<i>Preço + Qualidade</i>	8
<i>Preço + Sustentabilidade</i>	5
<i>Estética</i>	2
<i>Preço + Qualidade + Estética</i>	2
<i>Apoio ao Comércio Local + Sustentabilidade</i>	1
<i>Condições de Trabalho + Sustentabilidade</i>	1
<i>Estética + Preço + Apoio ao Comércio Local + Sustentabilidade</i>	1
<i>Preço + Estética + Qualidade + Sustentabilidade</i>	1
<i>Preço + Estética + Sustentabilidade + Condições de Trabalho + Qualidade</i>	1
<i>Preço + Qualidade + Sustentabilidade</i>	1
<i>Preço + Sustentabilidade + Estética</i>	1
<i>Qualidade</i>	1
<i>Sustentabilidade</i>	1

Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

Além de ser apenas roupas baratas, existe um acúmulo maior de motivações como a questão estética sendo citada exclusivamente em 02 respostas e em conjunto a outras motivações por 18 vezes. A referência a estética, verifica-se, está conectada com os estilos já abordados, um deles o *vintage* foi citado em 03 respostas.

Ainda, a estética está ligada a diversidade de peças que se pode encontrar em brechós e através disso construir sua imagem pessoal com peças exclusivas, como é possível observar a partir da resposta obtida no questionário: “Tem muitas estampas e texturas e cores diferentes. Acho que gosto do corte das roupas mais antigas, também encontro lá, quando eu vou, roupas de hoje em dia, com os preços ainda acessíveis não sendo só *vintage* etc.” (Grifo nosso) – Resposta 03

Para além da estética, a qualidade das peças foi um ponto importante, sendo citada 13 vezes em conjunto com outras motivações e 01 vez como única motivação, durante as respostas. Esse ponto com certeza está ligado a equação de pagar mais barato por uma peça com mais qualidade, a motivação por preço mais qualidade foi citada em conjunto em 08 repostas. Ainda, é possível identificar motivações sobre o preço e a qualidade dos produtos produzidos antes da lógica da indústria do *fast fashion*, a obsolescência programada é a responsável por estimular a produção de maiores quantidades de peças com uma baixa qualidade, para assim estimular o ciclo cada vez mais acelerado de consumo.

A utilização de roupas que já foram de alguém é uma alternativa a um modo de produção que só pensa em aumentar o consumo sem que possamos reverter a roda do sistema, ao comprar em brechó não se faz um ato revolucionário, mas de certa forma se rompe com um padrão de consumo. (Grifo nosso) – Resposta 16

As campanhas de *marketing* ligadas aos brechós utilizam sempre como conteúdo a questão ecológica, emplacando o conceito de sustentabilidade, da economia circular, do desapego e do consumo consciente. Segundo o Relatório *Thred Up* de 2018, em 2027 teremos mais roupas de segunda-mão do que *fast fashion* nos guarda-roupas⁴⁹. No mesmo relatório⁵⁰ observa-se que a revenda é a maneira mais ecológica de se livrar de roupas indesejadas, dando uma segunda vida a um vestido, por exemplo você diminui o impacto de CO² em 79%. Respostas que estavam motivadas por questões ecológicas e/ou ambientais foram repetidas 12 vezes ao todo.

— Compro, pois, tento ao máximo ter um consumo consciente, valorizando o produto que já existe. Embora eu não acredite que exista um capitalismo sustentável, penso que valorizar o trabalhador local seja um bom caminho dentro do consumismo desenfreado de nosso tempo. (Grifo nosso) – Resposta 45

Em menor escala compareceram nas respostas o apoio a pequenos negócios e negócios locais, 3 vezes, assim como a valorização do trabalho, 2 vezes. É importante ressaltar que a maioria dos Brechós são micro e pequenos negócios; a valorização do trabalho pode ser entendida como do profissional dono de um brechó, mas também sobre o trabalho das

⁴⁹ Ver mais em <https://uasz.com.br/2018/07/em-2020-vai-ter-mais-roupa-de-segunda-mao-do-que-de-fast-fashion-no-seu-armario.html> Acesso em 20/08/2020.

⁵⁰ Ver relatório em <https://www.thredup.com/resale/#eco-impact> Acesso em 12/03/2023.

profissionais da costura, que acabam não tendo uma remuneração justa pelo trabalho realizado. Shimamura (2012, p. 67) ressalta as condições de produção:

“Na cadeia de produção, essas empresas são alvo de constantes críticas, principalmente por meio de reportagens que denunciam a exploração de fornecedores terceirizados, que precisam cumprir preços e condições de prazo que levam à exploração da mão de obra.” (SHIMAMURA, 2012, p. 67)

A resposta abaixo ressalta de certa forma a totalidade de motivações abordadas acima.

— A primeira é a financeira. É possível usar roupa sem gastar em excesso, pagando por marcas e títulos ilusórios. Em segundo lugar, você compra roupas exclusivas, somente aquelas que combinam com a gente, independente da "moda atual" etc. Além disso você está comprando de maneira consciente, pois as roupas ali já foram produzidas e tem uma vida útil a serem consideradas. Não há a necessidade da produção em série como a gente vê. Evita-se a compra de roupas novas advindas das grandes empresas com produções improprias, escravizantes entre outras coisas. Em quarto lugar, ainda está incluso incentivar pequenos empreendimentos de quem está tentando a vida vendendo roupas usadas, montando um brechó ou consolidando seu negócio. Junto a esses fatores existe a felicidade de entrar num brechó e encontrar uma “puta tesouro”, aquela peça boa, bonita e barata que você gostaria de ter no seu cabideiro e no corpo. (Grifo nosso) – Resposta 41

Hoje mais do que nunca consumir itens de moda vai muito além da questão estética e as motivações apresentadas no questionário online incentivam uma cultura de consumo de moda ecologicamente ajustada mais diversificada e plural, uma cultura de moda que esteja atenta para os reflexos do impacto da cadeia global de moda no planeta.

1.4.2. Os frequentadores da Feira Criativa O Balaio em foco: em busca de qualificar o perfil consumidores de segunda-mão

Com o objetivo de obter mais informações para a formulação do perfil dos consumidores de brechós na cidade, foi realizada a elaboração de uma nova estrutura de perguntas para ser aplicada durante a 10ª edição da Feira Criativa O Balaio, realizada nos dias 07 e 08 de maio de 2022, em Dourados-MS. (Foto 01)

O novo questionário foi composto por duas partes, a primeira com 06 perguntas de identificação do participante e a segunda com 06 perguntas de múltipla escolha sobre brechós. Como a entrevista seria feita durante a feira, o objetivo era de que a entrevista fosse rápida,

então optamos pela não utilização de perguntas abertas, apenas o uso de respostas de múltipla escolha preestabelecidas com base nas respostas do primeiro questionário elaborado em 2019.

Foto 01 – Adesivo “*I love Brechó*”



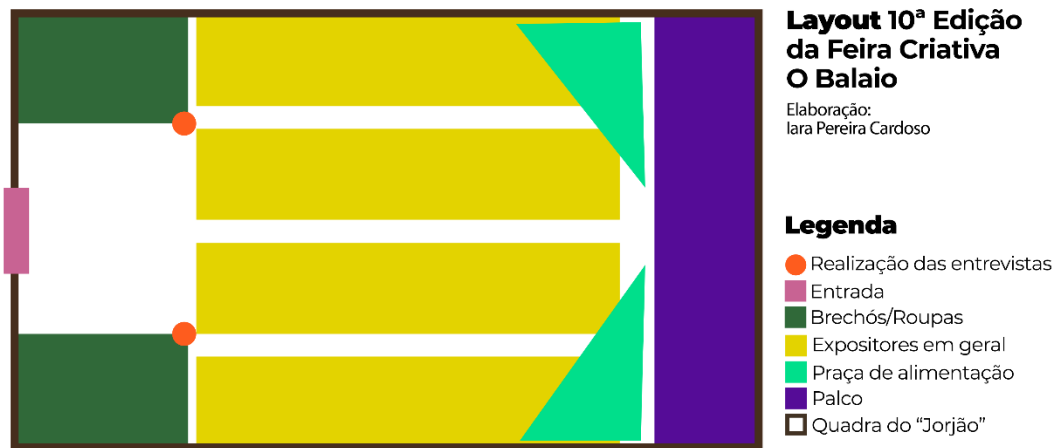
Autora: CARDOSO, Iara, 2022.

A 10ª edição da feira foi realizada na quadra do Complexo Esportivo Jorge Antônio Salomão, no bairro Jardim Água Boa, segundo bairro com mais brechós identificados (Mapa 02), conhecido popularmente como “Jorjão”. A feira contou com uma grande diversidade de expositores⁵¹, divididos por áreas afins, artesanato, botânica, brechós/roupas, artes visuais, alimentação e bebidas, higiene e cosméticos, sebos e serviços.

Nesta edição participaram 214 expositores, sendo 08 deles brechós. As entrevistas foram realizadas durante os dois dias de feira, ao total 101 entrevistas foram realizadas, 65 entrevistas durante o dia 07 e 36 entrevistas no dia 08.

⁵¹ Ver lista de expositores da 10ª edição no link <https://www.instagram.com/p/Cck63eWugcM/> Acesso em 12/03/2023.

Figura 02 – Croqui *layout* da Feira O Balaio Criativo



Fonte:

Elaborado pela autora, CARDOSO, 2023.

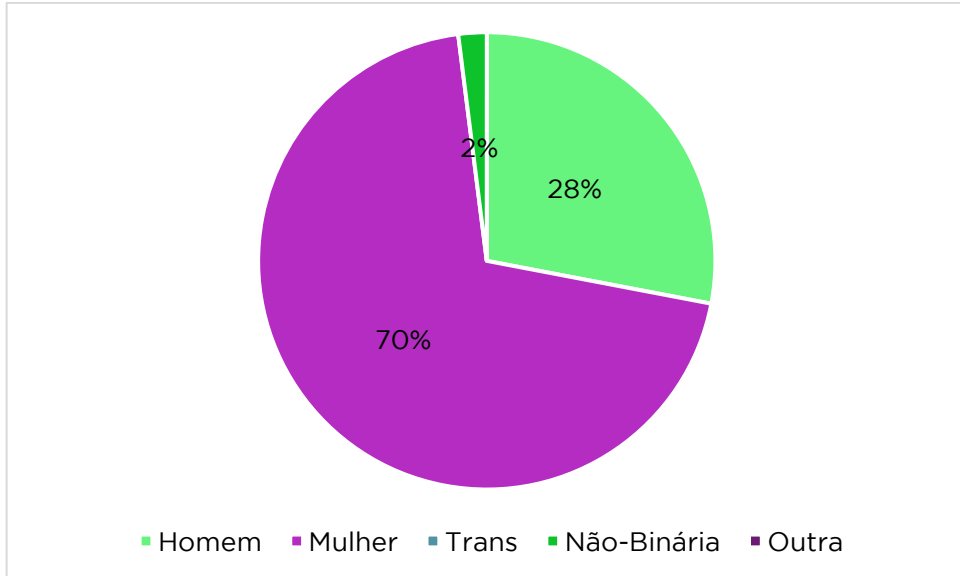
O local escolhido para realizar a abordagem dos participantes foi entre a área próxima à área onde os brechós ficaram localizados e entre o acesso aos corredores laterais, local que captava os participantes que entravam e seguiam para as laterais e os que vinham do sentido palco, os dois pontos em laranja no croqui mostram as duas áreas onde as entrevistas foram realizadas, havendo revezamento em cada lateral para sempre abordar novos participantes. (Figura 02)

Dos 101 respondentes totais, 86 (85%) responderam que SIM, concordando em participar da pesquisa, e 15 (14%) responderam que NÃO; como o objetivo é construir um perfil dos consumidores dos brechós em Dourados, as 15 entrevistas foram descartadas da análise.

Iniciamos a entrevista com os percentuais de identidade de gênero, 60 pessoas responderam se identificando como mulheres (70%), 24 pessoas se identificaram como homens (28%) e 2 pessoas se identificaram como não-binárias⁵² (2%), repetindo o resultado do questionário aplicado *online*, a maioria de respondentes são mulheres que demonstraram interesse na temática do consumo em brechós.

Gráfico 04 – Percentual de identidade de gênero entre entrevistados durante a Feira O Balaio Criativo

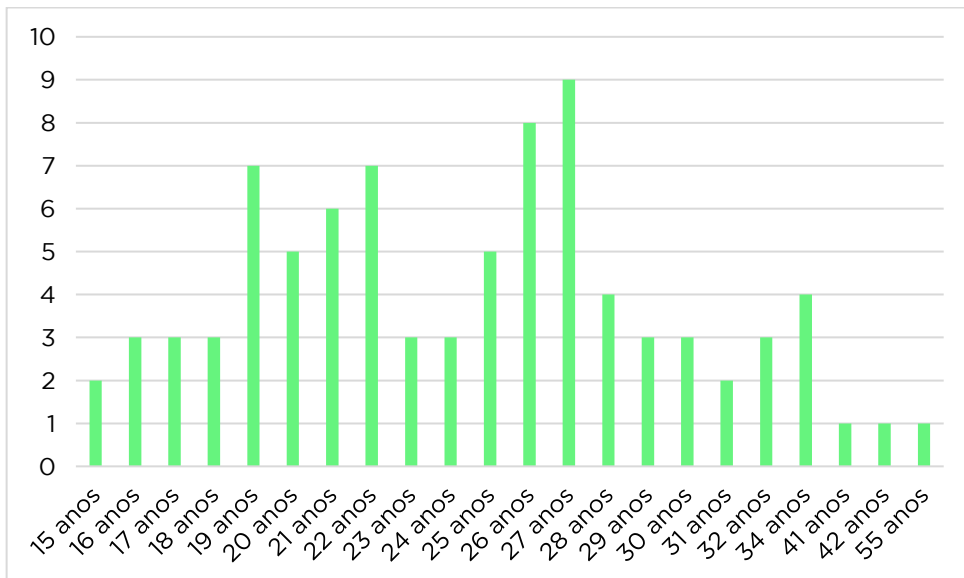
⁵² Não-Binária é um termo guarda-chuva para identidades de gênero que não são estritamente masculinas ou femininas, estando, portanto, fora do binário de gênero e da cisnormatividade. Via: Wikipédia, a enciclopédia livre. https://pt.wikipedia.org/wiki/G%C3%AAnero_n%C3%A3o_bin%C3%A1rio Acesso em 13/03/2023.



Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

Seguindo na identificação do perfil, compareceram as idades a partir de 15 anos até 55 anos, com alguns intervalos, de 15 a 32 anos, depois 34, 41, 42 e 55 anos respectivamente. Com 09 respondentes, a idade que mais compareceu foi de 27 anos, sendo 25 anos a idade média dos respondentes.

Gráfico 05 – Percentual de idade entre entrevistados durante a Feira O Balaio Criativo

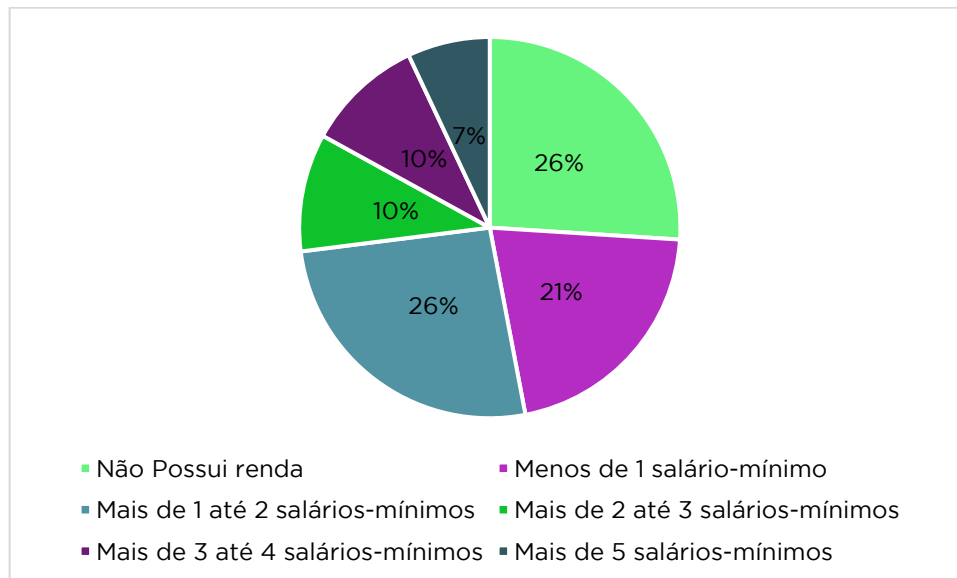


Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

A maioria dos respondentes da entrevista estão entre não possuir renda (26%) e receber mais de 1 até 2 salários-mínimos (26%), seguido de quem recebe menos de 1 salário-mínimo (21%), que juntos somam as maiores fatias, quem recebe mais de 2 até 3 salários-mínimos

(10%), mais de 3 até 4 salários-mínimos (10%) e 07 pessoas responderam receber mais de 5 salários-mínimos (7%). Importante ressaltar que a pergunta sobre renda era voltada para a renda pessoal e que o valor do salário mínimo base no ano de 2022 em que a entrevista foi realizada, era de R\$1.212,00.

Gráfico 06 – Percentual de renda entre os entrevistados durante a Feira O Balaio Criativo



Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

A próxima pergunta de identificação era sobre a profissão dos entrevistados e obtivemos uma grande diversidade de respostas e 32 profissões, com um destaque para a ocupação de estudante, que foi citada 33 vezes, representando 38% das respostas. (Gráfico 07)

Tabela 02 - Profissões

Profissão	
Advogado(a)	2
Analista De Faturamento	1
Analista De Logística	1
Analista Internacional	1
Analista Técnico Do Sebrae MS	1
Artista	1
Assistente Administrativo(A)	2
Assistente De Logística	1
Atendente	1
Autônoma	3
Auxiliar De Escrevente	1
Auxiliar De Escritório	1
Auxiliar De Produção	2
Cabeleireiro	1
Consultora De Vendas	1
Cozinheiro(A)	2

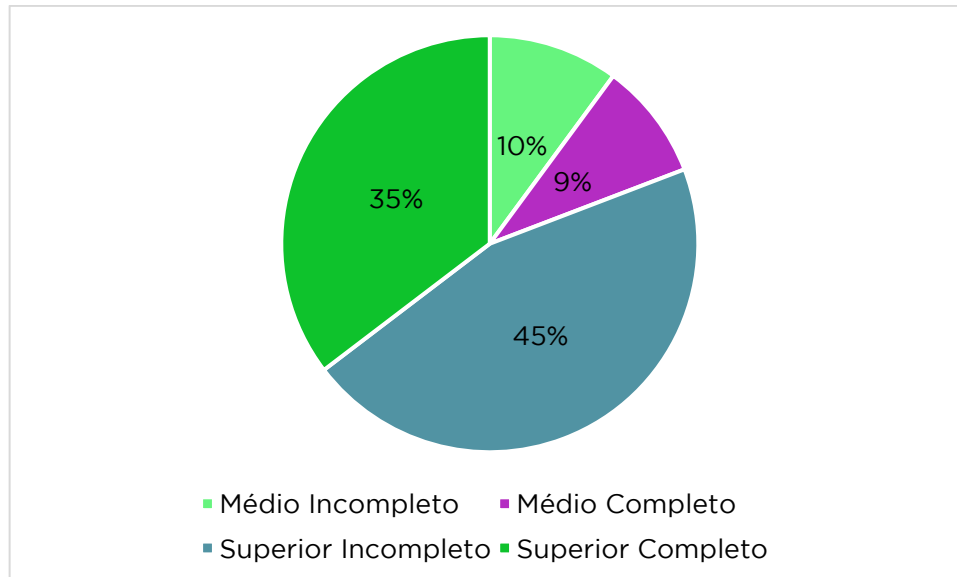
<i>Designer</i>	1
<i>Empresária</i>	1
<i>Engenheira Agrônoma</i>	1
<i>Estagiário(A)</i>	3
Estudante	33
<i>Jovem Aprendiz</i>	2
<i>Maquiadora</i>	1
<i>Professor(A)</i>	9
<i>Proprietário de Brechó</i>	1
<i>Psicóloga</i>	1
<i>Publicitária</i>	1
<i>Repositor De Vendas</i>	1
<i>Secretaria</i>	1
<i>Sem Profissão</i>	1
<i>Servidor(A) Público(A)</i>	5
<i>Tatuador</i>	1
<i>Técnica Em Enfermagem</i>	1
<i>Vendedora</i>	1

Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

Seguindo para a pergunta sobre o nível de escolaridade dos participantes podemos observar que a maioria possui ensino superior incompleto (45%), seguido de respondentes que já concluíram o ensino superior (35%), a minoria dos respondentes acusou possuir o ensino médio completo (9%) e o restante respondeu ainda estar cursando o ensino médio (10%).

A situação da maioria respondente ser estudante (38%) é reafirmada no nível de escolaridade, 45% estão cursando o ensino superior, isso pode ser explicado pela presença de grandes polos educacionais em Dourados, na esfera da educação superior pública, a cidade possui a Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD e a sede da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul e, no setor de educação privada, a cidade possui o Centro Universitário da Grande Dourados – UNIGRAN, mas também várias outras faculdades menores.

Gráfico 07 – Nível de escolaridade entre entrevistados durante a Feira O Balaio Criativo



Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

A maioria dos respondentes possuem domicílio em Dourados (94%), apenas 05 dos respondentes possuem domicílio em outras cidades, 03 em Campo Grande-MS e 02 em Itaporã-MS. A Feira O Balaio é a maior feira criativa do Mato Grosso do Sul, o que pode explicar pessoas de outras cidades do estado estarem presentes. Durante as entrevistas mais de 40 bairros de Dourados foram citados.

Tabela 03 – Bairros de Dourados-MS

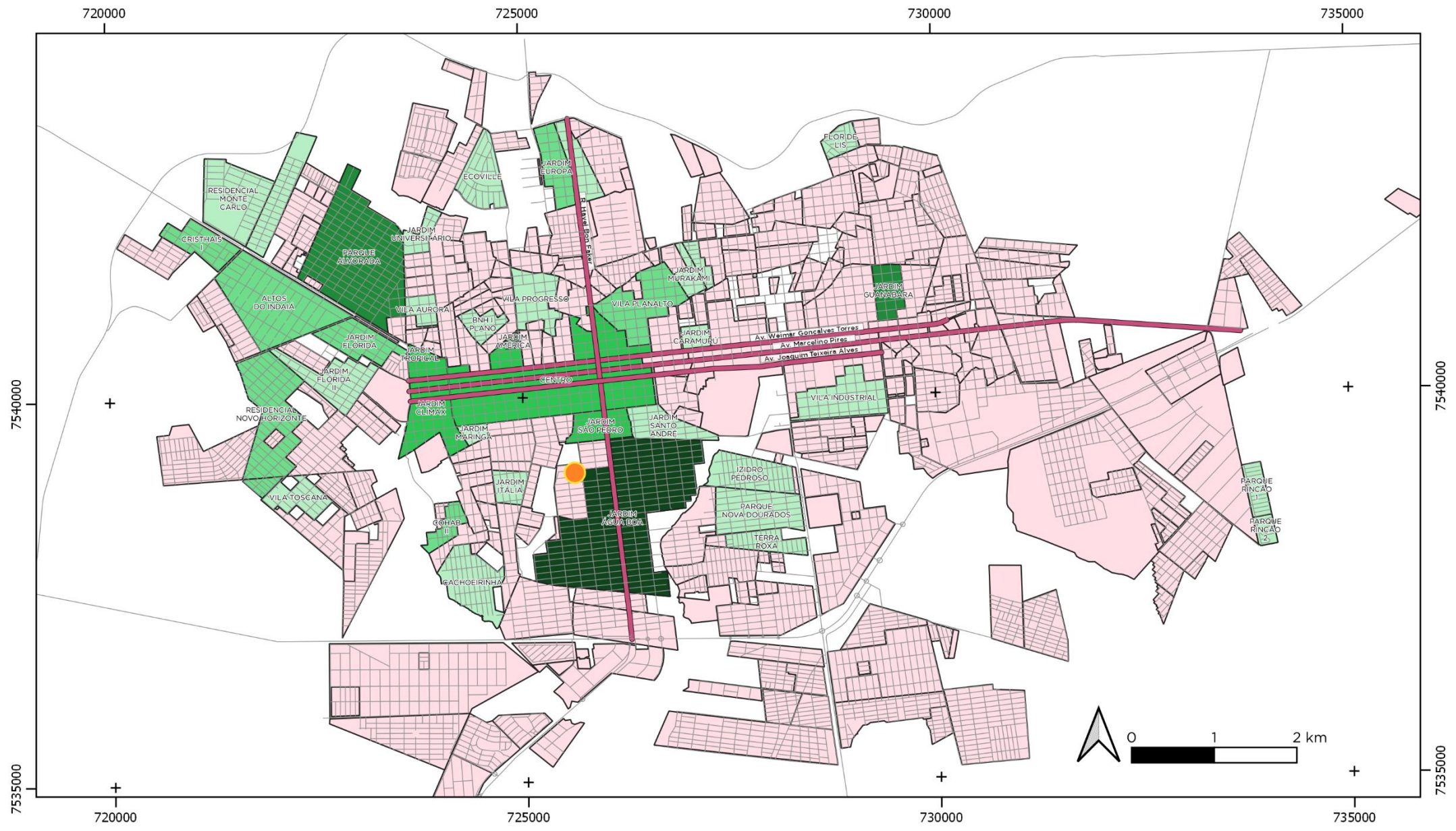
Bairros	
<i>Alto das Paineiras</i>	1
<i>Altos do Indaiá</i>	2
<i>BNH I Plano</i>	1
<i>Castelo São Jorge</i>	1
<i>Centro</i>	4
<i>Cohab II</i>	2
<i>Conjunto Residencial Monte Carlo</i>	1
<i>Depois do anel rodoviário</i>	1
<i>Ecoville</i>	1
<i>Flor de lis</i>	1
<i>Izidro Pedroso</i>	1
Jardim Água Boa	8
Jardim América	8
<i>Jardim Caramuru</i>	1
<i>Jardim Clímax</i>	4
<i>Jardim Cristhais</i>	2
<i>Jardim Europa</i>	2
<i>Jardim Flórida</i>	2

<i>Jardim Flórida II</i>	1
<i>Jardim Guanabara</i>	5
<i>Jardim Itália</i>	1
<i>Jardim Maringá</i>	1
<i>Jardim Novo Horizonte</i>	2
<i>Jardim Santo André</i>	1
<i>Jardim São Pedro</i>	4
<i>Jardim Tropical</i>	4
<i>Jardim Universitário</i>	1
<i>Jardim Murakami</i>	1
<i>Parque Alvorada</i>	5
<i>Parque Nova Dourados</i>	1
<i>Porto Unique</i>	1
<i>Santa Fé</i>	1
<i>Terra roxa</i>	1
<i>Vila Aurora</i>	1
<i>Vila Cachoeirinha</i>	1
<i>Vila Industrial</i>	1
<i>Vila Planalto</i>	2
<i>Vila Progresso</i>	1
<i>Vila Rosa</i>	1
<i>Vila Toscana</i>	1

Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

Os bairros que mais compareceram nas respostas foram o Jardim Água Boa e Jardim América, com 08 respostas, Parque Alvorada, com 05 respostas, Centro, Jardim Clímax, Jardim São Pedro e Jardim Tropical com 04 respostas cada um, Altos do Indaiá, Cohab II, Jardim Cristhais, Jardim Europa, Jardim Flórida, Jardim Novo Horizonte e Vila Planalto com 02 respostas para cada e o restante dos bairros foram citados apenas uma vez. (Mapa 01)

Mapa 01 – Espacialização dos bairros



Mapa 01 - Espacialização dos bairros presentes na Feira Criativa O Balaio

Legenda

- Jorjão | Feira Criativa O Balaio
- Bairros 8 Participantes
- Bairros 5 Participantes



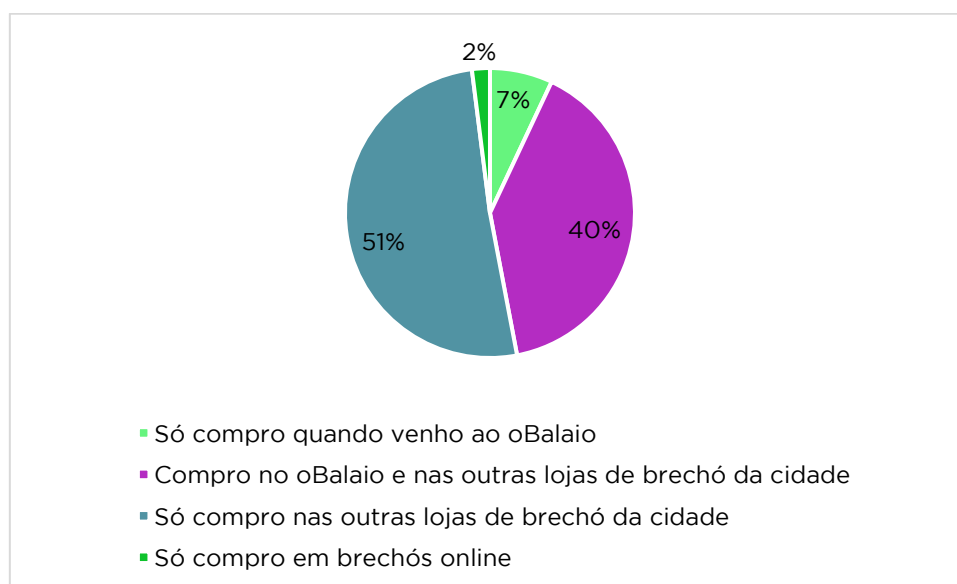
Fonte: CARDOSO, 2023.

Com essa pergunta dos bairros fechamos a primeira parte do questionário que era voltada para dados de identificação dos participantes. Com essas informações podemos trabalhar com a análise, a partir de um perfil que é representado pelo gênero feminino, com média de 25 anos, com renda de até 2 salários mínimos, que é estudante e está cursando o nível superior de ensino e que mora nos bairros da porção central-oeste de Dourados.

Na segunda parte da entrevista as perguntas eram voltadas para o consumo efetivo nos brechós da cidade. Ao todo foram elaboradas 05 questões de múltipla escolha.

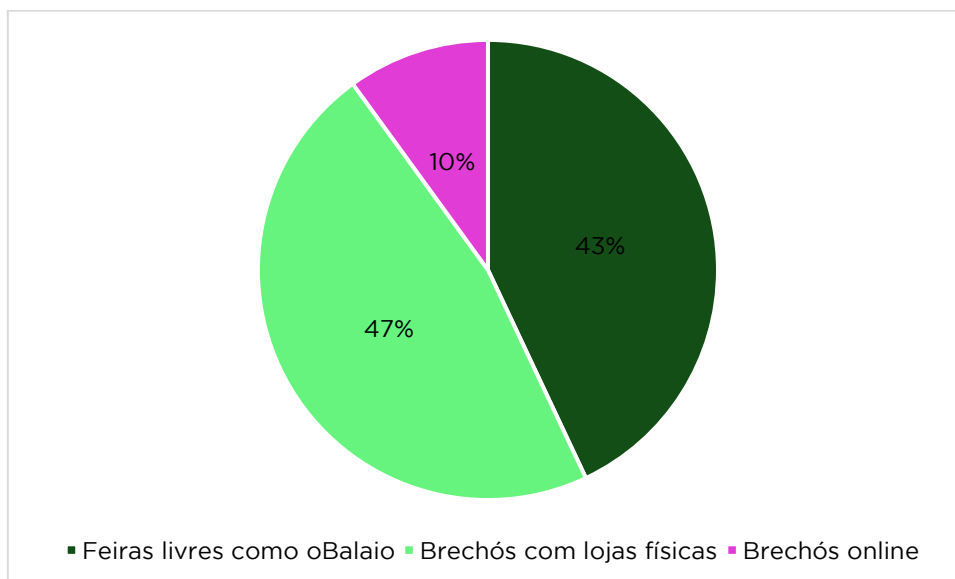
A primeira pergunta “Além da Feira o Balaio, você já comprou em outros brechós da cidade?”, teve 06 (7%) respondentes que disseram que só compram quando estão na feira, 34 (40%) responderam que compram na feira e nas outras lojas de brechó da cidade, 44 (51%) responderam que só compram nas lojas de brechós da cidade e (2%) 02 pessoas responderam que só compram em plataformas de brechós online. (Gráfico 08)

Gráfico 08 – Além da Feira o Balaio, você já comprou em outros brechós da cidade?



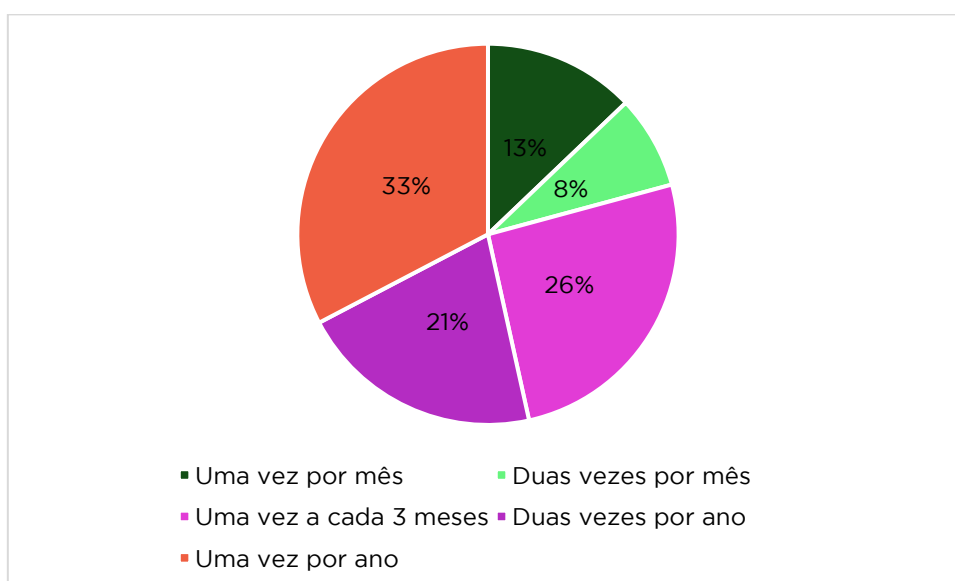
Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

A segunda pergunta “Como você prefere comprar em brechós?” obteve como maioria de respostas, a opção de compras em brechós com loja física (47%), com 40 respondentes, em seguida, a opção de compra em feiras livres, como a Feira Criativa o Balaio, com 37 respostas, somando 43% e em minoria (10%), 09 pessoas, disseram preferir fazer compras através de brechós online.(Gráfico 09)

Gráfico 09 – Como você prefere comprar em brechós?

Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

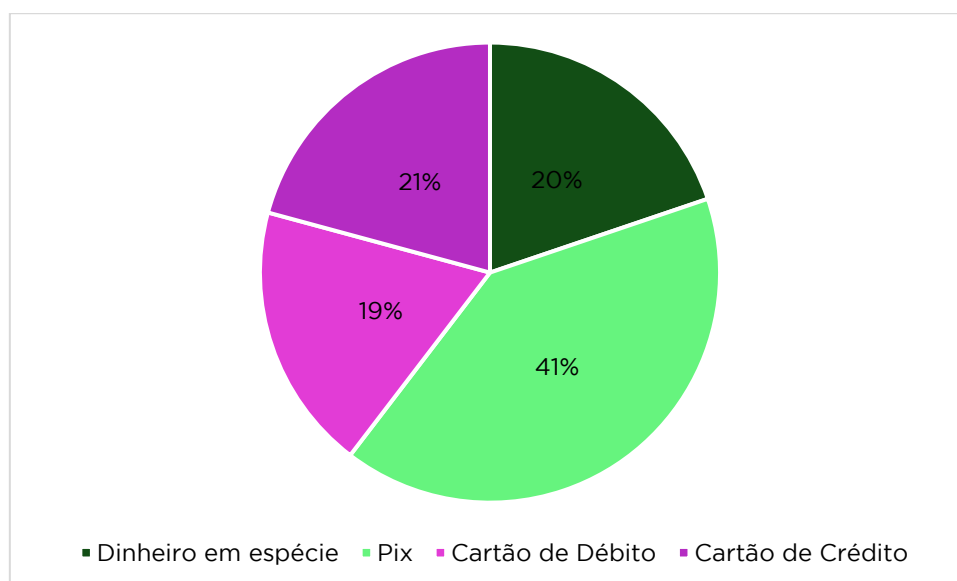
A terceira pergunta, “Com qual frequência você compra peças em brechós?”, obteve respostas mais equilibradas: 11 responderam comprar uma vez por mês (13%), 07 pessoas responderam comprar duas vezes por mês (8%), 21 responderam comprar uma vez a cada 3 meses (26%), 18 relataram comprar duas vezes por ano (21%) e 28 compram apenas 1 vez por ano, o que representa 33% das respostas. (Gráfico 10)

Gráfico 10 – Com qual frequência você compra peças em brechós?

Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

A quarta pergunta “Quando você compra em brechós, qual a forma de pagamento que você utiliza?”, a maioria dos respondentes fazem a opção pelo pagamento através de PIX (41%), seguindo da opção de pagamento através de cartão de crédito (21%), ainda, o pagamento através de dinheiro em espécie (20%) e 19% optavam por realizar o pagamento através de cartão de débito. (Gráfico 11)

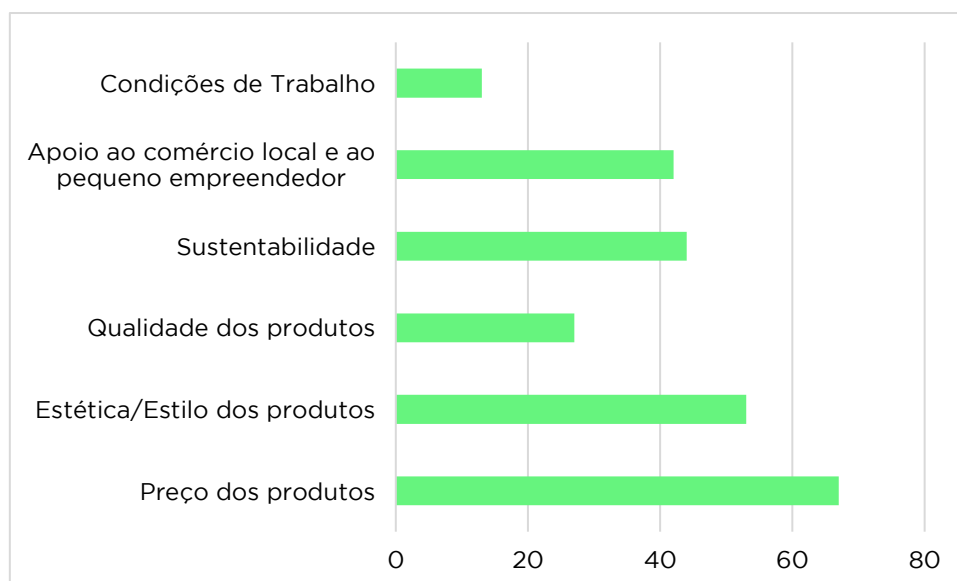
Gráfico 11 – Quando você compra em brechós, qual a forma de pagamento que você utiliza?



Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

A quinta e última pergunta, “Quais são as suas motivações para comprar em Brechó?”, cada respondente poderia escolher até três opções das respostas preestabelecidas, que foram geradas com base no primeiro questionário aplicado *online* em 2019. A motivação mais citada foi em relação ao preço dos produtos, com 67 citações; a estética e o estilo dos produtos, com 53 citações; 44 respondentes citaram a questão da sustentabilidade na hora de consumir algum produto; foram 42 citações para apoio ao comércio local e ao pequeno empreendedor; 27 respondentes ressaltaram como motivação a qualidade dos produtos e 13 respondentes citaram as condições de trabalho, como motivação para adquirir um produto em brechó. (Gráfico 12)

Gráfico 12 – Quais são as suas motivações para comprar em Brechó?



Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

A análise sobre o perfil de consumo dos respondentes nos permite dizer, que são motivados em primeiro lugar pelo preço dos produtos, em segundo pela estética e estilo das peças que são comercializadas e em terceiro que levam em consideração práticas sustentáveis na hora de consumir.

Um dado que chamou a atenção foi o aumento proporcional que a motivação de apoio ao comércio local e ao pequeno empreendedor teve. Observa-se que esse dado tem relação com o local onde a pesquisa foi realizada, pois todos os participantes ali estavam prestigiando os expositores da feira, que em sua maioria são de pequenos negócios.

A preferência também por lojas físicas traz mais um elemento para nossa análise, já que como demonstrado, a procura por plataformas digitais de compras se mostrou mínima. Contribuindo também para a efetivação de um perfil de consumo consciente, a maioria dos respondentes realiza compras em brechós no máximo duas vezes por ano e a segunda opção da maioria foi de uma vez a cada três meses.

A opção pelo pagamento através de PIX revela um perfil de consumidores bem informados, utilizando as novas formas de pagamento disponíveis, mas, também reflete o poder aquisitivo dos consumidores, já que pagamento por PIX não é ligado a nenhum tipo de linha de crédito.

Nas duas pesquisas de perfil dos consumidores foi possível encontrar muitas semelhanças, seja no tocante ao gênero feminino que aparece sempre como consumidoras mais recorrentes, seja pela juventude, entre os 20-25 anos, com acesso ao nível superior

de ensino. Um público qualificado e que privilegia suas escolhas com base no custo-benefício, mas também nas questões que tangenciam o consumo sustentável, é visível, que na segunda entrevista, outros elementos foram identificados a partir do novo questionário que foi elaborado, então, é possível juntar na análise, o nível de escolaridade, as profissões e também a localização da cidade desse público, assim como qual a frequência que esse perfil consome no mercado de segunda-mão e como ele realiza seus pagamentos.

Tabela 04 – Comparação dos Perfis

	Perfil 1 (50 respostas)	Perfil 2 (86 respostas)
<i>Gênero</i>	72% - Mulher	70% - Mulher
<i>Idade</i>	46% - 22 a 25 anos	10% - 27 anos (Média 25 anos)
<i>Renda</i>	36% - Até 1 SM	26% - Não possui renda 26% - Mais de 1 até 2 SM
<i>Motivação</i>	1º Preço 2º Preço + Estética 2º Preço + Qualidade 3º Preço + Sustentabilidade	1º Preço 2º Estilo 3ª Sustentabilidade

Fonte: CARDOSO, elaborado pela autora, 2023.

É mister ressaltar, que mesmo com a elaboração de dois tipos diferentes de questionários e a realização das entrevistas presenciais durante a feira O Balaio, não se identificou a diversidade de público que consome no mercado de segunda-mão em Dourados.

É claro que os resultados obtidos são mediados pelas escolhas metodológicas, durante o processo de elaboração do trabalho.

Assim, a metodologia que se utilizou para a elaboração do perfil reflete um público jovem e com acesso à informação. A segunda parte do trabalho de campo me oportunizou estar nos locais fixos e poder observar o público que frequenta os diferentes tipos de brechós disponíveis. É visível que o público identificado através do questionário online e da entrevista presencial tem uma perspectiva muito mais ligada ao consumo sustentável e a moda circular do que o público que compra em brechó porque é sua única opção.

No próximo capítulo será tratado com outras dinâmicas do mercado de segunda-mão, principalmente com a caracterização e categorização dos brechós que foram mapeados na cidade.

2. Vender e Comprar: Dinâmicas do Mercado de Segunda-Mão em Dourados-MS

A proposta desse trabalho, como apresentado, é analisar o seguimento de Brechós e sua espacialização em Dourados, no estado do Mato Grosso do Sul.

Nesse processo, buscou-se contextualizar o surgimento dos brechós como parte dos elos da cadeia de moda em que estão inseridos, compreendendo que não é possível entender esse movimento, apurado por Aguilera (2019), sem compreender as relações entre os processos de industrialização, circulação, moda, no interior da nossa sociedade.

Assim, para compreender a dinâmica da distribuição espacial dos Brechós na cidade de Dourados-MS e sua espacialização, nos apoiamos no referencial teórico dos (dois) circuitos da economia urbana de Milton Santos, vislumbrando os brechós como agentes típicos do circuito inferior da economia.

Milton Santos apresenta uma abordagem teórica baseada na existência de dois circuitos da economia urbana em seu livro Espaço Dividido (2008 [1979]), com o objetivo de compreender o processo de industrialização e urbanização no chamado Terceiro Mundo, sugerindo existir uma relação dialética entre os circuitos superior e inferior nesses países menos desenvolvidos, periféricos e/ou de industrialização tardia.

A teoria dos (dois) circuito da economia urbana, inicialmente nos apresenta uma interpretação do espaço geográfico com vistas para a totalidade, que perpassa as noções aplicadas aos conceitos de território usado e o conceito de espaço banal. A abordagem teórica, ainda que elaborada décadas atrás, tem seus elementos com grande aplicabilidade na atualidade, sendo necessário incrementar e atualizar alguns aspectos relacionados a expansão de crédito entre os mais pobres e a popularização de tecnologias (BARROS, 2021, p.01).

No atual momento de desenvolvimentos das forças produtivas, a difusão da informação e a difusão das novas formas de consumo constituem dois dados maiores da explicação geográfica. Elas são geradoras de forças de concentração e de forças de dispersão, atuando na definição das formas de organização do espaço. (SANTOS, 2008 p.36).

O surgimento dos *smartphones* como tecnologias mais avançadas aos aparelhos celulares e depois a criação e inserção dos aplicativos no cotidiano, chegando até as

feirinhas dos bairros e pequenos negócios informais das cidades, fizeram com que uma economia das margens, pertencentes ao circuito inferior, fossem se infiltrando nos mercados dessas grandes empresas (Facebook, Instagram e Redes Sociais no Geral, Bancos, Bancos Digitais, Instituições Financeiras e uma infinidade de tipos de aplicações). Tal condição coloca-se como *nova*; o que estamos vendo é que agentes pouco capitalizados vão sendo demandados a incorporar essas tecnologias ao seu cotidiano, isso, porque cada vez mais existe uma “necessidade”, ainda que venha dos segmentos mais empobrecidos da sociedade, de utilizar esses instrumentos.

O fato é que cada vez mais nossa sociedade (que é também dos sujeitos endividados) está dissociando o poder aquisitivo do momento do pagamento, do primeiro momento, que é o da compra, pondo em questão o real poder aquisitivo desses sujeitos, mediado, na maioria das vezes, pelo crédito pessoal. Pessoas se encantam e compram, pagando taxas e juros que nem sabem o que significam, “sem fazer conta”, mas que funcionam como pedágios do mundo financeiro e “financeirizado”. Outro aspecto é o pagamento de propagandas, através de impulsionamento nas redes sociais, realizados também sem saber pelo que se está pagando. Uma relação completamente verticalizada, mediada pela automação e inteligência artificial.

As transformações organizacionais decorrentes nas últimas décadas abriram a possibilidade para que formas de trabalho não modernas e, em sua maioria, precárias, fossem absorvidas na dinâmica de reprodução do capital, ainda que também se tenha induzido inovações gerenciais e produtivas (HARVEY, 1992 *apud* BARROS, 2021).

Formulando as características do quadro geral dos (dois) circuitos da economia urbana, Santos (2008) nos mostra que não há dualismo entre os dois circuitos, os dois têm a mesma origem, o mesmo conjunto de causas e apresentam interligações. Ainda assim, é indispensável que apesar de sua aparente interdependência, o circuito inferior aparece como dependente do circuito superior, do mesmo modo que as atividades rurais tradicionais dependem das atividades modernas (SANTOS, 2008 p. 56).

Cada circuito é definido, em primeiro lugar, pelo conjunto das atividades realizadas em certo contexto e em segundo lugar, o setor da população que se liga a ele essencialmente pela atividade e pelo consumo. A diferença fundamental entre as atividades do circuito inferior e as do circuito superior está baseada nas disparidades de tecnologia e de organização do capital e das forças produtivas (SANTOS, 2008, p. 43).

Para elaborar a definição de circuito inferior foi empregada menções das expressões utilizadas por Geertz (1963, p. 34) como: *firm centred economy* e *bazar economy*. A expressão *bazar economy* em tradução livre, em português, significa “economia de bazar”, uma expressão que pertence ao universo de quem compra de mercadorias de segunda-mão ou de baixo custo.

Bazar vem da palavra persa *bāzār*, que por sua vez deriva de *baha-char*, que significava "o lugar dos preços", muito utilizada no oriente médio para se referir a típicos mercados públicos cobertos.⁵³ No Brasil é utilizada para se referir a lugares onde se vende mercadorias de segunda-mão doados como: peças de artesanato, roupas e sapatos, itens de enfeite e casa, entre outros, geralmente para fins beneficentes.

O que Santos (2008) vai classificar como Circuito Inferior se refere essencialmente por formas de fabricação que não possuem capital intensivo, pelos serviços não modernos fornecidos a varejo e pelo comércio não moderno e de pequena dimensão (SANTOS, 2008 p. 40). E o que demonstramos no Quadro 01:

Quadro 01 – Características dos (dois) Circuitos da Economia Urbana dos Países Subdesenvolvidos

	Circuito Superior	Circuito Inferior
Tecnologia	Capital intensivo	Trabalho intensivo
Organização	Burocrática	Primitiva
Capitais	Importantes	Reduzidos
Emprego	Reduzidos	volumoso
Assalariado	Dominante	Não-obrigatório
Estoques	Grande quantidade e/ou alta qualidade	Pequena quantidade qualidade inferior
Preços	Fixos (em geral)	Submetidos a discussão entre comprador e vendedor (<i>haggling</i>)
Crédito	Bancário institucional	Pessoal não-institucional
Margem de Lucro	Reduzida por unidade, mais importante pelo volume de negócios (exceção produtos de luxo)	Elevada por unidade, mas pequena em relação ao volume de negócios
Relações com a clientela	Impessoais e/ou com papéis	Diretas, personalizadas
Custos Fixos	Importantes	desprezíveis
Publicidade	Necessária	Nula
Reutilização dos bens	Nula	Frequente
<i>Overhead</i> capital (capital indireto)	Indispensável	Dispensável
Ajuda governamental	Importante	Nula ou quase

⁵³ Bazar, pag. 245 - Grande Enciclopédia Universal - edição de 1980 - ed. Amazonas.

Dependência direta do exterior	Grande, atividade voltada para o exterior	Reduzida ou nula
--------------------------------	---	------------------

Fonte: SANTOS, 2008.

Para Santos (2008), o circuito superior marginal possui coexistência de tecnologias e organizações diferentes se relacionando dialeticamente com o circuito inferior. Em seu dizer:

As atividades do circuito superior manipulam grandes volumes de mercadorias, enquanto as do circuito inferior, tanto no comércio quando na fabricação, trabalham com pequenas quantidades. Contudo, no circuito superior as quantidades também podem ser reduzidas: é o caso das lojas especializadas, onde os preços são muito altos em virtude da qualidade do produto oferecido e de uma demanda bem específica, ligada à moda e a um certo tipo de clientela. (SANTOS, 2008 p. 46).

Como se pode perceber, conduzindo a discussão para a distribuição espacial, o circuito inferior estabelece relações de vizinhança, produzindo certas horizontalidades no território, encontrando os elementos de sua articulação na cidade e em sua região, enquanto o circuito superior procura habitualmente buscar essas relações fora da cidade e de sua região, estabelecendo verticalidades no território. O autor destaca que tratar essa relação de coexistência como oposição entre economia da “favela” e economia do “centro” não pode se justificar atualmente, quando a difusão das inovações se tornou geral e fácil, impedindo de se falar em “conflito” entre o moderno e o tradicional. (SANTOS, 2008, p. 56).

As grandes plataformas⁵⁴ ou *marketplaces* de venda de roupas usadas (brechós digitais) como a Enjoei, Troc, Etiqueta Única e Repassa, por exemplo, têm se configurado como um *elo* entre o circuito superior e o inferior, sendo parte de grandes empresas multinacionais com capital estrangeiro, mas com vínculo alternativo no circuito inferior, com uma gama de possibilidades e diferentes tipos de negócios relacionados a venda de artigos de segunda-mão.

⁵⁴ Isto é Dinheiro: [Iguatemi compra fatia de 23% no brechó de luxo Etiqueta Única](#).

Valor Econômico: [Lojas Renner conclui compra da Repassa, plataforma online de revenda de roupas](#).

Isto é Dinheiro: [Enjoei compra plataforma Gringa, de artigos de luxo de segunda mão](#)

e Exame: [Arezzo compra brechó online premium e lança fundo de investimentos](#)

Não é o brechó em si, é um modelo de negócios aplicado ao mercado de artigos usados; esse modelo que acompanha os vários setores da economia moderna com aspectos do que chamam de capitalismo de plataforma, ou de processo de “uberização”⁵⁵.

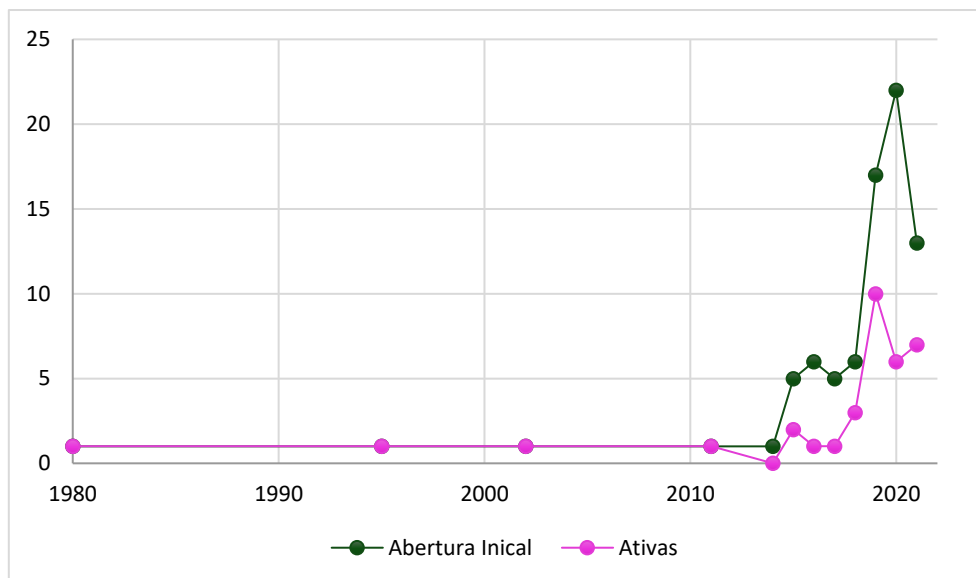
Em levantamento realizado na internet através do buscador do *Google* e das redes sociais *Facebook* e *Instagram*, foram identificados em Dourados-MS 89 empreendimentos de venda de itens de vestuário em geral de segunda-mão, durante o intervalo de 1980 a maio de 2022.

Com base nos dados disponíveis no Cadastro de Pessoa Jurídica (CNPJ) e na primeira publicação ou data de criação da conta na rede, foi possível estabelecer, ainda que parcialmente, o início da presença dos empreendimentos na cidade, como segue: em 1980 (1); 1995 (1); 2002 (1); 2014 (1); 2015 (5); 2016 (6); 2017 (5); 2018 (6); 2019 (17); 2020 (22); 2021 (13), sendo 10 dos empreendimentos sem informação alguma sobre sua abertura.

Entretanto, apenas 44 contas, ou seja 49% ainda constam como ativas nas redes sociais até 2020 (Facebook ou Instagram) e com divulgações externas na internet. As taxas de permanência e atividade de manutenção das contas por ano são 1980 (1); 1995 (1); 2002 (1); 2011 (1); 2015 (2); 2016 (1); 2017 (1); 2018 (3); 2019 (10); 2020 (6); 2021 (7). Feito com base na data mais antiga disponível na consulta e ainda constando 10 dos empreendimentos sem informação nenhuma sobre sua abertura.

Gráfico 13 – Comparativo da relação de aberturas iniciais de empreendimentos em relação a quantidade ativa no período 1980 até maio de 2022 em Dourados-MS

⁵⁵ Sobre Uberização, trabalho digital e Indústria ver ANTUNES, 2020.



Fonte: Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas. Organizado por, CARDOSO 2020.

A dinâmica presente nas redes sociais é resultado de um movimento que começa nas ruas, barracas, feiras e lojas populares por todo o Brasil, a *hashtag* “brechó” no Instagram abriga mais de 2 milhões de publicações⁵⁶, a variação “brecho” mais de 5 milhões de publicações⁵⁷, no maior buscador do mundo, Google, o termo “brechó” chegou ao seu máximo de pesquisas no mês de julho de 2021⁵⁸, os dados estão disponíveis a partir de 2014.

Utilizamos a plataforma *google trends*⁵⁹ e adicionando na busca os termos “roupa barata”, “roupa usada”, “brechó de luxo” e os termos mencionados como “consumo consciente” e “brechó”, o destaque para a busca pelo termo “brechó” é o que mais se destaca. Ainda, segundo a plataforma de pesquisas, o Estado de Mato Grosso do Sul foi que mais pesquisou o termo em comparação ao resto do país.

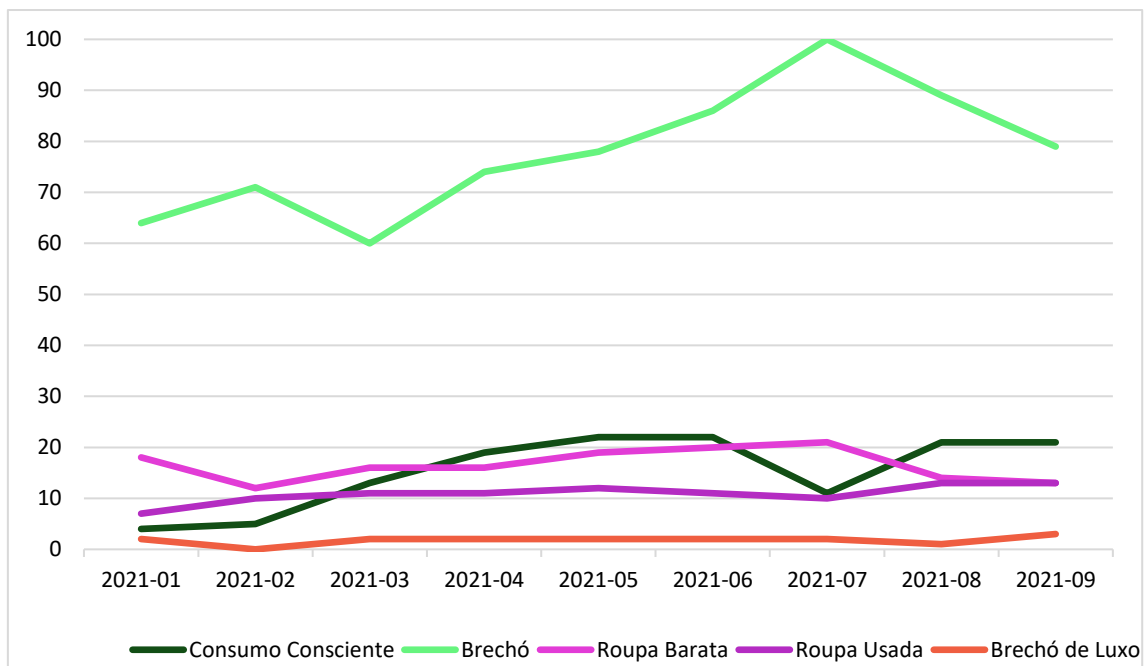
Gráfico 14 – Comparativo de termos pesquisados no Google em 2021

⁵⁶ Em 14 de setembro de 2021 o número exato disponível é 2.268.779 publicações, para ver mais acesse: <https://www.instagram.com/explore/tags/brech%C3%B3/>

⁵⁷ Em 14 de setembro de 2021 o número exato disponível é 5.283.151 publicações, para ver mais acesse: <https://www.instagram.com/explore/tags/brecho/>

⁵⁸ Dados disponíveis na Plataforma Google Trends disponível em: www.trends.google.com.br. Acesso em 14 de setembro de 2021.

⁵⁹ Ferramenta gratuita do Google que mostra os mais populares termos e assuntos buscados.



Fonte: GOOGLE. Organizado por, CARDOSO, 2021.

No entanto, nem todos os brechós ativos nas redes sociais estão presentes no mundo material e o movimento inverso ainda é uma realidade, sobretudo para os brechós que não possuem nenhum tipo de curadoria⁶⁰ comercial. Dos 44 brechós ativos nas redes sociais (Facebook e Instagram) e confirmados *in loco*, em Dourados-MS, 36 (81%) possuem loja física e 8 (19%) estão apenas no Instagram ou Facebook.

Encontramos em Oliveira e Ferreira (2015, p.79) a ideia do fortalecimento dos mercados de roupas de segunda-mão através das feiras livres, destacando as mesmas como “espaço de interação social e, ao mesmo tempo, um recurso econômico e social a mais para a população”. Em Dourados, por exemplo, a feira *O Balaio Criativo*, teve sua primeira edição em abril de 2018 e no decorrer de menos de 2 anos realizou 9 edições.

Os criadores do projeto, Bi Miura, Raíque Moura e Fernanda Sabô, descrevem o projeto como um espaço amplo e democrático, no qual os frequentadores possam ter contato com a pluralidade de produtos num só local: assim como os balaio, que são

⁶⁰ Curadoria é termo utilizado para representar o ato de cuidado, organização e administração de eventos, coleções, acervos, peças e/ou obras de arte, o termo é vulgarmente utilizado no contexto do mercado de segunda-mão para representar o processo de procura, seleção, higienização e outros ofícios para uma peça ser disponibilizada para venda. Pessoa que concebe ou organiza uma exposição ou evento artístico ou cultural. = COMISSÁRIO. Pessoa cuja atividade profissional consiste em administrar e organizar o acervo ou patrimônio artístico de uma instituição. "curadora", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, <https://dicionario.priberam.org/curadora> [consultado em 09-09-2021].

cestos grandes que carregam muitas coisas⁶¹. Durante as edições da feira, considerada como a maior feira criativa do MS⁶² mais de 300 pequenos negócios locais participaram das edições, sendo 34⁶³ deles Brechós, oferecendo roupas, sapatos e acessórios de segunda-mão, o número representa 13,93% do total, sendo a terceira maior categoria participante e Artesanato, que representa 31,97%, em primeiro, seguido por Alimentos e Bebidas 28,28%, em segundo. (Quadro 02)

Além da feira *O Balaio Criativo*, outros eventos do mesmo modelo aconteceram, como a Feira das Pulgas, produção de Raíque Moura e Casulo e outros eventos no estilo venda de garagem.

Quadro 02 – Atividades/Pequenos negócios que participaram da 9ª Edição da Feira O Balaio Criativo em Dourados - MS

<i>Categoria</i>	Quantidade	%
<i>Artesanato</i>	78	31,97%
<i>Alimentos e Bebidas</i>	69	28,28%
<i>Brechó</i>	34	13,93%
<i>Arte Visual</i>	21	8,61%
<i>Acessórios</i>	15	6,15%
<i>Beleza-Cosméticos</i>	15	6,15%
<i>Plantas</i>	5	2,05%
<i>Papelaria</i>	3	1,23%
<i>Livros</i>	2	0,82%
<i>Confecção</i>	1	0,41%
<i>Recreação</i>	1	0,41%
<i>Total</i>	244	100,00%

Fonte: Pesquisa de Campo. Organização, CARDOSO, 2020.

De acordo com Oliveira e Ferreira (2015 p.79), as feiras representam um espaço de distração, encontro e descontração, constituindo-se como um ambiente muito peculiar, um modo de resistência à uniformização dos espaços de consumo. Nesse sentido, as feiras são espaços ideais para os Brechós que existem apenas no ciberespaço⁶⁴, ou seja,

⁶¹ Notícia: Hoje tem Feira Criativa- O Balaio em Dourados, acesse para ver mais: <https://www.progresso.com.br/cultura/hoje-tem-feira-criativa-o-balaio-em-dourados/369271/>

⁶² Notícia: Vem aí a 6ª edição d'O Balaio - a maior feira criativa do MS, acesse para ver mais: <https://www.douradosagora.com.br/noticias/dourados/vem-ai-a-6-edicao-d-o-balaio-a-maior-feira-criativa-do-ms>

⁶³ Os dados foram disponibilizados pela organização do evento.

⁶⁴ Substantivo masculino. Espaço ou conjunto das comunidades de redes de comunicação entre computadores, notadamente a Internet. "ciberespaço", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2021, <https://dicionario.priberam.org/ciberespa%C3%A7o> [consultado em 04-11-2021].

virtualmente, principalmente através de contas/perfis nas redes sociais⁶⁵ e que não possuem loja física ou algum local presencial para atender clientes. Aspectos que representam, no mínimo, resistência e sobrevivência para quem vende e quem compra.

2.1. O comércio de usados em suas categorias: aspectos contraditórios da espacialização dos Brechós na cidade de Dourados-MS

Dados do Ministério da Economia, disponíveis no portal Mapa das Empresas⁶⁶ do Governo Federal, utilizando os dados da Base de solicitações da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios (REDESIM), o município de Dourados tem 27 empresas ativas no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) classificadas com o CNAE 4785-7/99⁶⁷, "Comércio varejista de outros artigos usados", todavia é uma subclasse que abriga o comércio varejista de moedas de coleção (numismática), o comércio varejista de selos de coleção (filatelia), o comércio varejista de livros e revistas usados e outros artigos usados, tais como móveis, utensílios domésticos, eletrodomésticos, **roupas e calçados**, material de demolição etc. (Quadro 03)

Quadro 03 – Categorias que possuem cadastro no CNPJ na categoria 4785-7/99⁶⁸ "Comércio varejista de outros artigos usados" – Dourados/MS

<i>Categoria</i>	Quantidade	%
<i>Relojoaria</i>	1	4%
<i>Reciclagem</i>	1	4%
<i>Eletrônicos</i>	1	4%
<i>Acessórios</i>	1	4%
<i>Veículos</i>	3	11%
<i>Ferro Velho</i>	3	11%
<i>Móveis</i>	8	30%

⁶⁵ As redes sociais mais utilizadas no Brasil com o objetivo de vendas são o Facebook, WhatsApp e Instagram. Via <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/> [consultado em 13-09-2021].

⁶⁶ Disponível para consulta aqui: <https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapade-empresas> [consultado em 09-09-2021].

⁶⁷ Disponível para consulta aqui: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=10.1.0&subclasse=4785799&chave=com%C3%A9rcio%20varejista%20usados> [consultado em 09-09-2021].

⁶⁸ Disponível para consulta aqui: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=10.1.0&subclasse=4785799&chave=com%C3%A9rcio%20varejista%20usados> [consultado em 09-09-2021].

<i>Brechó</i>	9	33%
	27	

Fonte: Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica. Organizado por, CARDOSO, 2021.

Visando conferir as informações, foi encaminhado para a Junta Comercial de Mato Grosso do Sul e para o Sebrae-MS ofícios solicitando dados mais específicos sobre o ramo em questão; o Sebrae-MS respondeu não possuir os dados e a Junta Comercial de Mato Grosso do Sul não retornou o contato.

Utilizando a plataforma do DataSebrae, em 2021, obtivemos mais informações sobre 27 empreendimentos ativos do ramo de segunda-mão em geral que possuem CNPJ, sendo identificados 09 cadastros do segmento de venda de roupas, calçados e acessórios de segunda-mão, representando a maior categoria (33%). Ainda, foram encontrados 02 cadastros ativos nas categorias de “14.12-6-02 – Confecção, Sob Medida, De Peças Do Vestuário, Exceto Roupas Íntimas” e “47.81-4-00 – Comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios”.

Portanto um dado relevante nessa pesquisa é que apenas 09 brechós dos 44 ativos na cidade possuem CNPJ, ainda mais se levarmos em consideração que 36 deles possuem lojas físicas. Constata-se que há uma invisibilidade dos brechós em Dourados, sobretudo porque vivem sob informalidade. Essa é uma característica forte do circuito inferior, sobretudo porque se constituem como formas de sobrevivência no interior das frações de classes menos abastadas.

No cenário geral de itens de segunda-mão, observa-se, que Brechós e o segmento de móveis e eletroeletrônicos usados representam juntos 63% e têm basicamente os mesmos elementos estruturais e origem, voltados ao atendimento de frações sociais menos abastadas.

É importante ressaltar alguns dados: de 1980 a maio de 2022, identificamos a existência de 89 empreendimentos voltados para o mercado de segunda-mão em Dourados, 44 deles estiveram ativos até maio de 2022, quando finalizamos o levantamento de dados, deste universo de 44 brechós, 36 deles possuem loja física e com base nesses dados foi elaborado o Mapa 02.

O Mapa 02, foi pensado para ser realmente útil, por isso optamos por demonstrar os dados em plataformas diferentes, a versão impressa, produzida através da ferramenta QGIS, um software livre com código-fonte aberto, multiplataforma de sistema de

informação geográfica que permite a visualização, edição e análise de dados georreferenciados, disponível de forma impressa e para visualização em PDF⁶⁹ a segunda opção de visualização é digital/virtual através da Plataforma Google Maps⁷⁰ ou através da plataforma Google Earth⁷¹.

⁶⁹ Visualização em PDF disponível através do link: https://drive.google.com/file/d/1TyYXX3OUGcbu_279Yo_sapdYO_P0zIir/view?usp=sharing Acesso em 18 de abril de 2023.

⁷⁰ Visualização disponível através do link: https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1yUqKRjyM5sJzIZxxeQP86wr_S-4_AJA&usp=sharing Acesso em 18 de abril de 2023.

⁷¹ Visualização disponível através do link: <https://earth.google.com/web/data=MigKJgokCiAxeVVxS1JqeU01c0p6SVp4eGVRUDg2d3JfUy00X0FKQSAC> Acesso em 18 de abril de 2023.

Mapa 02 - Localização dos Brechós em Dourados-MS

Base cartográfica: Prefeitura de Dourados, 2023
 Organização e Execução: Iara Pereira Cardoso
 Sistema de Projeção: SIRGAS 2000
 Dourados, 2023

Legenda

Categorias

- 01 - Brechós [14]
- 02 - Brechós [20]
- 03 - Brechós [2]

Logradouro

- Avenidas e ruas principais
- Logradouro

Localização Brechós por bairro

- Centro - 8 Brechós
- Jd. Água Boa - 5 Brechós
- Jd. Londrina - 2 Brechós
- Bairros com 1 Brechó
- Bairros sem Brechó

Categoria 01 - Sem Curadoria Especializada

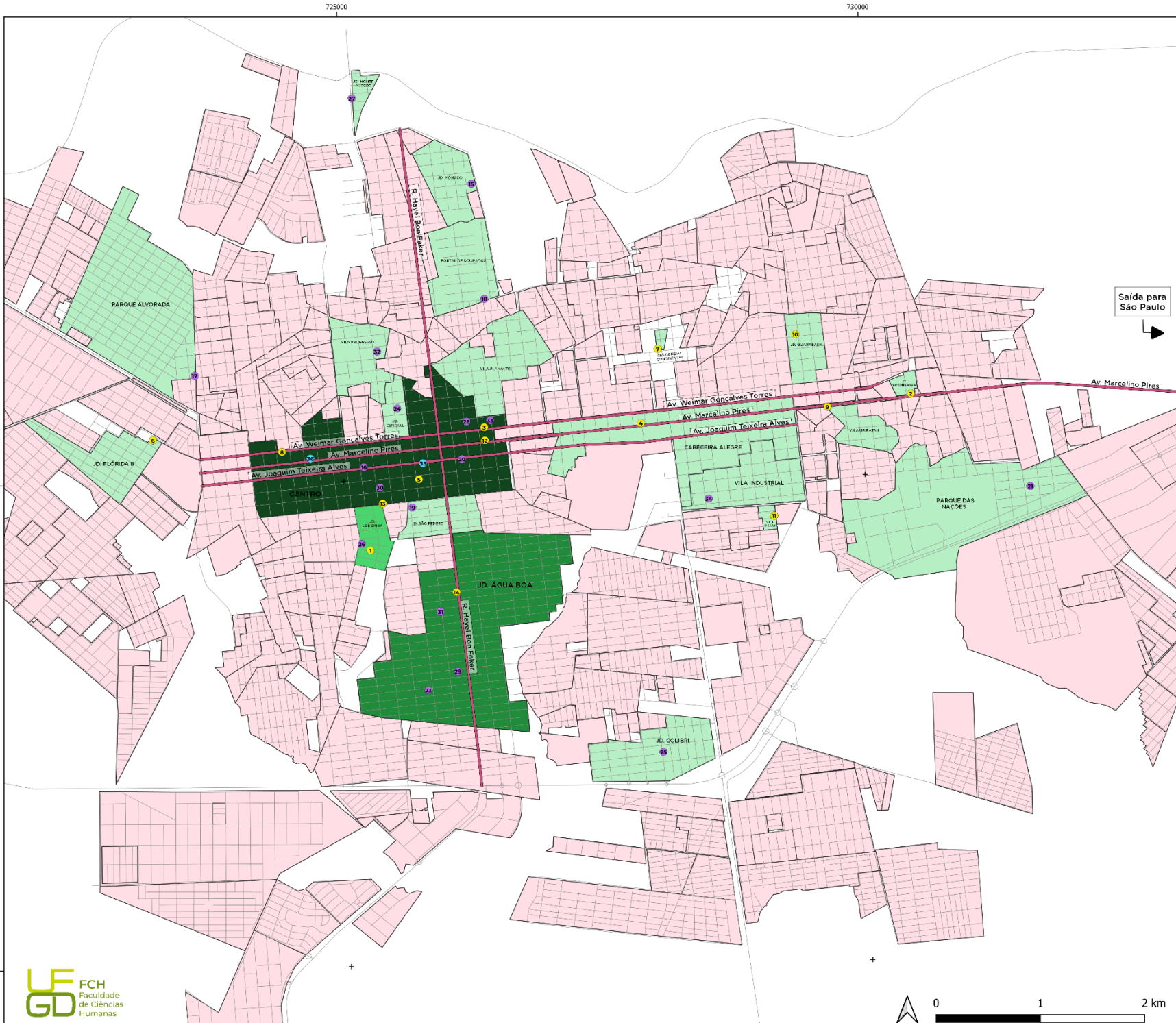
- 1 - Brechó da Vovó Ruth | Jardim Londrina
- 2 - Brechó Popular | Jardim Yoshikawa
- 3 - Brechó Veste Bem | Centro
- 4 - Feirão de Roupas Usadas Mini Preço | Cabeceira Alegre
- 5 - Feirão de Roupas VEST FÁCIL | Centro
- 6 - JM Bazar e Brechó | Jardim Flórida II
- 7 - Ki Brechó Barato 1 | Residencial Continental
- 8 - Ki Brechó Barato 2 | Centro
- 9 - Ki Brechó Barato 3 | Vila Ubiratan
- 10 - Ki Brechó Barato e Calçado da Moda | Jardim Guanabara
- 11 - Mil Modas | Vila Viegas
- 12 - Mundo da Moda | Centro
- 13 - "Brechó da Cuiabá" O Feirão de Roupas Usadas | Centro
- 14 - Vest Fácil | Jardim Água Boa

Categoria 02 - Com Curadoria Especializada

- 15 - Araras de Luxo | Jardim Monaco
- 16 - Bom Brechó | Centro
- 17 - Brechó da Tina | Parque Alvorada
- 18 - Brechó Flor de Maio | Portal de Dourados
- 19 - Brechó Mania | Jardim São Pedro
- 20 - Brechó Mescla | Centro
- 21 - Brechó Top D+ | Parque das Nações I
- 22 - Brechó Uomo | Jardim Água Boa
- 23 - Brechó Zaore | Jardim Água Boa
- 24 - Como se Llamo | Jardim Central
- 25 - Dina Bazar | Jardim Colibri
- 26 - Le Gusta Garimpa | Jardim Londrina
- 27 - Loja MarciFashion | Jardim Monte Alegre
- 28 - May.concept - café brechó | Vila Planalto
- 29 - Moça Pitanga Brechó | Jardim Água Boa
- 30 - Realmente Cat Brechó | Centro
- 31 - Stilo Kids Brechó Infantil | Jardim Água Boa
- 32 - Tchau, coisinhas | Jardim América
- 33 - WR Brechó | Centro
- 34 - Moonnovent | Vila Industrial

Categoria 03 - Franquias

- 35 - Peça Rara Brechó | Centro
- 36 - Cresci, Perdi | Centro



Analisando a realidade de Dourados (MS), considerando Santos (2008), constatou-se a existência de três diferentes categorias de Brechós, sendo o processo de Curadoria o elemento mais representativo de diferenciação. Outros elementos e características que corroboram com a categorização foram: Estoque, Preço, Organização do trabalho e a Presença de Tecnologia.

Os dados de localização dos estabelecimentos ativos, até maio de 2022, foram confirmados por GPS, com visita *in loco*, que foram fundamentais para a construção do Mapa 02, de localização dos Brechós na cidade, permitindo não apenas classifica-los, como construir essa espacialização dos negócios de segunda-mão em Dourados, que se diferenciam, sobretudo se observarmos as franquias, na categoria 03, com capacidade expressiva de capitalização e que se assemelha com as lojas de departamento e/ou boutiques de roupas novas, tanto na aparência, quanto nas relações de trabalho e circulação da mercadoria.

A organização do Quadro 04, visa dar visibilidade as características encontradas, a partir da pesquisa de campo, bem como analisar a espacialização dos brechós em Dourados-MS, considerando os elementos de análises propostos por Santos (2008).

Quadro 04 – Classificações de Brechós encontrados na cidade de Dourados-MS: características

	Categoria 01	Categoria 02	Categoria 03
	Brechó sem Curadoria	Brechó com Curadoria	Franquias
Tecnologia	Capital e Trabalho intensivos	Trabalho intensivo	Capital intensivo
Organização	Primitiva	Burocrática	Burocrática
Capitais	Importantes (compram em grande escala)	Reduzidos	Importantes
Emprego	Reduzidos (familiar)	Reduzidos e/ou nulos (familiar ou temporário)	Volumoso (de 3 a 9 funcionários)
Assalariado	Não-obrigatório	Não-obrigatório	Dominante
Estoques	Grande quantidade qualidade inferior e/ou superior	Pequena quantidade qualidade superior	Grande quantidade qualidade superior
Preços	Fixos (em geral), mas submetidos a discussão entre comprador e vendedor (<i>haggling</i>)	Fixos (em geral)	Fixos (em geral)
Crédito	Reduzido bancário institucional e Pessoal não-institucional	Pessoal não-institucional	Bancário institucional
Margem de Lucro	Reduzida por unidade, mais importante pelo volume de negócios	Elevada por unidade, mas pequena em relação ao volume de negócios	Reduzida por unidade (na maioria das vezes 50/50), mais importante pelo volume de negócios

Relações com a clientela	Diretas, personalizadas	Diretas, personalizadas	Indiretas, generalizada
Custos Fixos	Importantes	Importantes	Importantes
Publicidade (paga)	Carros de som nos bairros	Necessária, Patrocínio nas redes sociais	Necessária, Patrocínio nas redes sociais
Reutilização dos bens	Frequente	Frequente	Frequente
<i>Overhead</i> capital (capital indireto)	Dispensável	Dispensável	Indispensável
Ajuda governamental	Nula ou quase	Nula ou quase	Nula ou quase
Dependência direta do exterior	Reduzida ou nula	Reduzida ou nula (importação de tendências)	Reduzida ou nula (importação de tendências)

Fonte: SANTOS, 2008. Adaptada por CARDOSO, 2021. Com informações da Pesquisa de Campo.

A Categoria 01 é composta pelos Brechós que são mais antigos. São aqueles que estão enraizados no imaginário social, com representações estéticas ligadas a locais muito amplos, galpões, com pouca luminosidade, grandes amontoados de roupas antigas, com condições de limpeza precárias, muita poeira e cheiro de coisa que ficou guardada por séculos. Nesses Brechós, a maioria das peças são de décadas passadas, muitas delas possuem etiquetas ainda com o número do antigo Cadastro Geral de Contribuintes (CGC), criado em 1964 e substituído, em 1998, pelo Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica, o CNPJ. São peças, portanto, que possuem entre 24 anos e 54 anos de existência, sem contar peças que só são identificadas temporalmente através do tipo de tecido, marca ou *design*.

Nesses Brechós, existe uma quantidade absurda de peças distribuídas em araras pelos galpões, penduradas nas paredes e amarrotadas em sacos; de modo que quantificar é praticamente impossível. Então são estoques de centenas de milhares de peças de roupas.

Essas peças não passam por um processo de avaliação de qualidade, de *design* e estética, assim como também não passam por um processo de higienização. A oferta de trabalho muitas vezes é familiar, informal ou temporária, relações conhecidas e próprias do circuito inferior da economia. Muitos desses brechós mais antigos passam de geração em geração e são multiplicados através de familiares.

Os preços nos brechós dessa categoria são os mais baixos e passíveis de discussão durante a realização da compra, além disso, a presença de tecnologias é quase nula; vários desses estabelecimentos vendiam apenas no (*cash*) dinheiro, por muito tempo, tendo avançado para máquinas de cartão de débito e crédito e, com a presença massiva dos

smartphones e aplicativos de pagamento digitais, outras formas de realização de pagamento também já são possíveis, como o PIX, por exemplo.

Entretanto, a presença de computadores é rara, não sendo gerado nenhum tipo de comprovante de venda e nem de gerenciamento do negócio.

Em Dourados, de acordo com o Mapa 02, na Categoria 01 estão catorze brechós que localizamos a partir de visitas *in loco*. São eles: 1 - Brechó da Vovó Ruth, 2 - Brechó Popular, 3 - Brechó Veste Bem, 4 - Feirão de Roupas Usadas Mini Preço, 5 - Feirão de Roupas VEST FÁCIL, 6 - JM Bazar e Brechó, 7 - Ki Brechó Barato I, 8 - Ki Brechó Barato II, 9 - Ki Brechó Barato III, 10 - Ki Brechó Barato e Calçada da Moda, 11 - Mil Modas, 12 - Mundo da Moda, 13 - O Feirão de Roupas Usadas e 14 - Vest Fácil.

A Categoria 02 é composta por Brechós que adicionaram a sua estrutura alguns elementos do modelo de negócio de venda de novos e não do segmento de usados, ou seja, trouxeram elementos de lojas convencionais modernas, na tentativa de alterar o imaginário popular, carregado de preconceito e estereótipos sobre como são esses locais e de onde vem as peças que são vendidas.

Nos brechós dessa categoria existe uma multiplicidade de formatos, espaços mais amplos e pequenas lojas, espaços compartilhados com outros brechós, luz e cores, lojas formais e lojas alternativas, em que a criatividade é importante para chamar a atenção e se diferenciar de outros semelhantes. O processo de curadoria é a essência dessa categoria.

O trabalho de curadoria e triagem é realizado separando as peças por suas características básicas, feminino e masculino, adultos e infantil, inverno e verão, blusas, calças, shorts e assim segue. O trabalho realizado é minucioso e alguns dos brechós da segunda categoria tem os brechós da primeira categoria como fornecedores; eles se deslocam aos locais e procuram por “tesouros escondidos” nas montanhas de roupas usadas, realizando a curadoria conforme o tipo de peças que são vendidas no seu negócio: peças vintage, peças retro, peças modernas, estilos, marcas, cores, enfim, uma infinidade de possibilidade de escolhas, o que vulgarmente é chamado de “garimpo”.

Entretanto, o processo não finaliza na escolha, outras atividades são desempenhadas para que essa peça chegue ao momento de realização da venda. É realizada a higienização das peças, mas também pequenos reparos da peça para transformação em um novo modelo e com a peça finalizada é realizada uma série de

atividades de propaganda, fotografia, vídeo e edição e, por fim, veiculação nas plataformas de mídias digitais assim como composição em manequins na loja física.

O estoque desses brechós não é vasto como o da primeira categoria, seja por conta do investimento que tem que ser feito, mas também pela falta de espaço disponível para distribuir ou guardar as peças. Ainda no ponto do fornecimento, existem outras formas além do garimpo em brechós maiores, como a consignação, que consiste em deixar a peça durante um período na loja e com a venda realizada receber uma porcentagem equivalente a venda, também existe a venda direta no brechó, além de desapegos pessoais ou de familiares. O preço nesses brechós é previamente definido e não está sujeito a alteração através da barganha.

Nesses brechós é comum termos somente um responsável por gerir o negócio, quando formal, são micro e pequenos empresários individuais, já na informalidade jurídica, são empreendedores e empreendedoras de si mesmos. Nesta categoria, prevalece forte presença da tecnologia voltada para a utilização de plataformas de mídias e redes sociais como plataformas de vendas. A utilização do *smartphone* como ferramenta de trabalho é a realidade da segunda categoria.

Em Dourados na Categoria 02 estão os brechós: 15 - Araras de Luxo, 16 - Bom Brechó, 17 - Brechó da Tina, 18 - Brechó Flor de Maio, 19 - Brechó Mania, 20 - Brechó Mescla, 21 - Brechó Top D+, 22 - Brechó Uomo, 23 - Brechó Zaore, 24 - Como se LLama, 25 - Dina Bazar, 26 - Le Gusta Garimpa, 27 - Loja MarciFashion, 28 - May.concept - Café Brechó, 29 - Moça Pitanga Brechó, 30 - Realmente Cat Brechó, 31 - Stilo Kids Brechó Infantil, 32 - Tchau, coisinhas, 33 - WR Brechó e 34 - Moonnovent.

Se destaca nessa categoria o 24 - *Como se LLama*, que demonstra uma configuração diferenciada, sendo uma Loja Colaborativa, que possui venda de itens novos de artistas residentes na cidade, as peças de curadoria do Brechó Como se LLama e um Bar para confraternização que também realiza eventos temáticos.

A Categoria 03 traz uma dinâmica diferente, pois são franquias nacionais de brechós, negócios formalizados e com estruturas verticalizadas, com pouco enfoque na palavra brechó, inserindo outras concepções, como a de moda circular e economia sustentável. São modelos de negócio baseados em alta rotatividade de peças e estoques em escala maior, lojas grandes, bem iluminadas e com muita estrutura de tecnologia.

O modelo de fornecimento dos brechós dessa categoria é todo voltado para a consignação, a sociedade do consumo é a fonte, a pessoa organiza seus desapegos e dá um novo ciclo de vida útil as peças estagnadas no armário. A pessoa consumidora cria um cadastro, leva suas peças, que são catalogadas e inseridas num sistema para controle de vendas. O preço é definido em concordância com as partes e sujeito a alterações de descontos preestabelecidas em contrato, mas o preço de venda final não é negociável com o comprador final. São empresas grandes que fornecem um número maior de empregos formais, estabelecendo as relações trabalhistas que são regidas pela legislação. A presença de tecnologia é visível nos ambientes com presença de computadores, *tablets* e *smartphones*, além de ambientes modernos no aspecto da construção civil, com acabamentos mais sofisticados.

Em Dourados na terceira categoria estão os brechós: 35 - Peça Rara Brechó e 36 – Cresci, perdi.

Nenhuma dessas categorias é estática e os Brechós que estão numa categoria não são todos exatamente iguais, mas compartilham de elementos semelhantes que o fazem pertencer a uma ou outra categoria.

As três categorias estão espalhadas pela cidade, tendo suas concentrações em alguns pontos relevantes. A maior concentração de Brechós está localizada dentro do bairro “Centro” da cidade de Dourados-MS, sendo cinco da Categoria 01, cinco da Categoria 02 e dois da Categoria 03, totalizando 12 brechós ao todo no bairro.

As duas franquias da categoria 03, se posicionam na área central. O brecho 1 - Peça Rara Brechó, está a poucos metros da praça central da cidade e a outra unidade de franquia 2 – Cresci, perdi, está localizada próxima ao início de uma das avenidas mais importantes para a cidade, a Av. Marcelino Pires, também dentro da área central da cidade. As motivações para a escolha de uma localização central são óbvias, no sentido de ser um ponto da cidade com mais movimento e onde se concentra o comércio local.

A Avenida Marcelino Pires, é uma via arterial considerada como uma das mais importantes da cidade. Segundo Romero (2010, p.52), há diferenciação nos preços da terra urbana douradense, condição que aprofunda a diferenciação socioespacial e estimula práticas especulativas. De forma prática, a Avenida Marcelino Pires corta de leste a oeste, dividindo a cidade em duas porções:

[...] na área noroeste, mencionada popularmente como a “parte de cima” da Avenida Marcelino Pires, o preço da terra urbana é maior e na porção sul da cidade, considerada a “parte de baixo” da referida Avenida, compreende as áreas de menor preço. (ROMERO, 2010, p. 52).

Concordamos com Romero (2010). É visível uma concentração dos Brechós na porção Sul da Avenida Marcelino Pires (ainda que com certa concentração no Centro), sobretudo porque ao Sul estão concentrados os bairros de classes menos abastadas, como é o caso do Jardim Água Boa, que é o segundo bairro de maior concentração dos brechós na cidade.

Durante o trabalho de campo foram realizadas visitas a alguns dos brechós mapeados com o objetivo de fazer o registro fotográfico dos estabelecimentos visando dar visibilidade as semelhanças e diferenças entre os brechós de cada categoria. As visitas aconteceram em função da disponibilidade dos proprietários, de modo que o contato era feito pessoalmente ou através de mensagem.

Nos brechós da Categoria 01, como existem limitações de ordem tecnológica, os contatos foram realizados de forma presencial, com no mínimo uma semana de antecedência, pois nem sempre o proprietário está no local para dar a autorização. Com a presença do proprietário era apresentada a proposta do trabalho e como as fotos seriam utilizadas no desenvolvimento do projeto. Nos brechós da categoria 02 e 03 o contato foi mediado pelo *WhatsApp* ou Instagram, de modo que com a data confirmada, era só ir até o local e realizar os registros.

A escolha dos brechós a serem visitados, após a confirmação e localização por GPS foram aqueles que mais representassem visualmente as suas categorias. De todos os contatos realizados, apenas 02 não autorizaram a realização do registro, todos os proprietários dos brechós que estão aqui registrados foram receptivos quanto a ideia de um trabalho de divulgação dos brechós.

Dos 36 brechós que constam no Mapa 02, no trabalho de campo foram visitados 03 (21%) brechós dos 14 da Categoria 01; dos 20 brechós da Categoria 02, foram visitados 5 (25%) e dos 02 da Categoria 03, foi visitado 01 (50%), realizando no total uma cobertura de 09 brechós, 25% do total geral.

Sob essas condições foi possível não apenas localizar fisicamente, mas construir a espacialização dos brechós em Dourados (MS).

2.2. A espacialização dos brechós em Dourados: entre uma e outra caracterização

A partir da coleta de dados, endereços e localizações dos brechós em Dourados, até o período de maio de 2022, foi elaborado um mapa de localização, categorizado com base no levantamento de dados dos brechós existentes e ativos na cidade, já pontuados no item 3.1 do trabalho, além da observação preliminar dos brechós e com base nas semelhanças e dissidências entre os tipos.

No Mapa 02, construído a partir da coleta de dados realizada, observa-se pelo menos 3 situações, que consideramos como principais e que refletem a espacialização do mercado de roupas usadas em Dourados-MS: 1º) existe concentração de brechós na área central da cidade (11 brechós no bairro “Centro” que representam 30% do total), com maioria localizada ao Sul e Sudeste da avenida Marcelino Pires, que é referência porque corta a cidade (quase) ao meio e define o Norte e o Sul da cidade; 2º) ocorre uma distribuição concentrada de brechós no bairro Água Boa e sua borda, justamente na parte Sul da Cidade; 3º) existe uma distribuição longilínea na Avenida Marcelino Pires que parte da região central em direção ao leste da cidade, onde estão localizados bairros periféricos e população menos abastadas, onde se concentram (05 brechós) 13 % dos brechós da cidade.

Passaremos a seguir a explicitar aspectos das visitas e a caracterização dos brechós de Dourados, visitados e fotografados durante o trabalho de campo.

O “O Feirão de Roupas Usadas” ou “Brecho da Cuiabá” está classificado na categoria 01, ponto número 13 do Mapa 02 e é popularmente conhecido como “Brechó da Cuiabá”, por estar localizado de forma central, na Rua Cuiabá; onde acontecia a Feira Livre de Dourados ou “Feira da Cuiabá”, por 30 anos⁷², tendo essa feira encerrado as atividades na Rua Cuiabá no dia 20 de novembro de 2016⁷³. (Figura 03)

Não poderia começar a fazer esse relato sem dizer que esse foi o primeiro Brechó que conheci em Dourados quando me mudei de São Paulo para cá para cursar Geografia

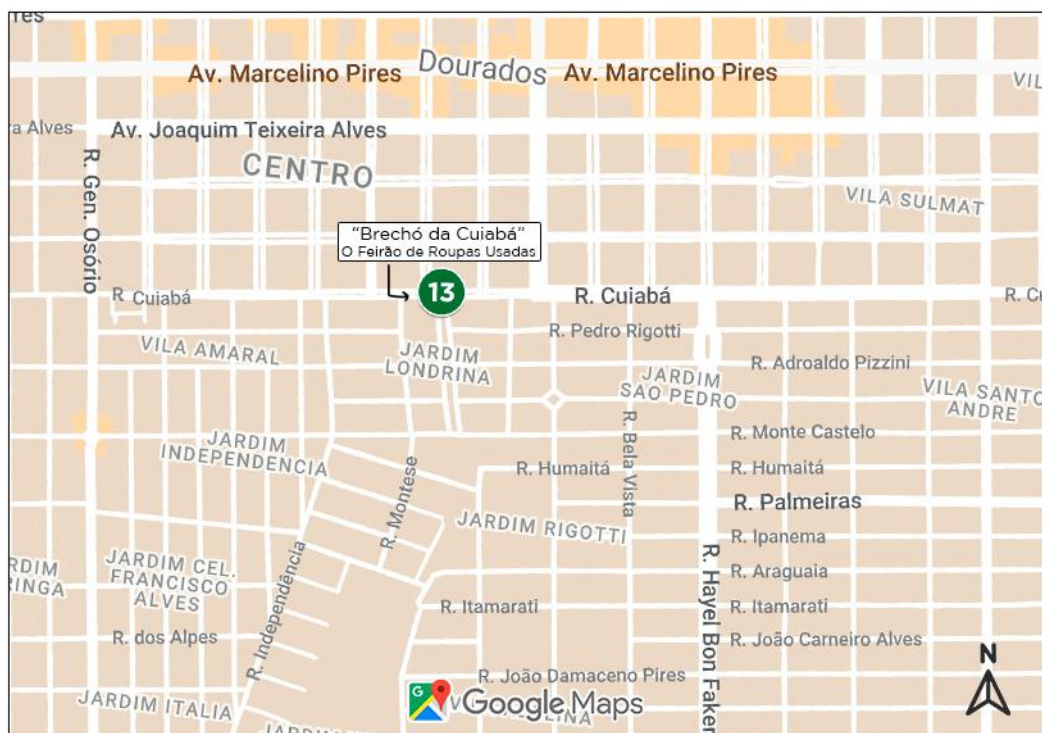
⁷² Ver notícia do Campo Grande News “Após 30 anos, feira vai deixar a Rua Cuiabá e ocupar espaço com 368 boxes” <https://www.campograndenews.com.br/cidades/interior/apos-30-anos-feira-vai-deixar-a-rua-cuiaba-e-ocupar-espaco-com-368-boxes> Acesso em 17/01/2023.

⁷³ Ver notícia do Dourados News ““Feira da Cuiabá” chega ao fim e novo espaço já funciona no final de semana” <https://www.douradosnews.com.br/dourados/feira-da-cuiaba-chega-ao-fim-e-novo-espaco-ja-funciona-no-final-de-sem/934000/> Acesso em 17/01/2023.

na UFGD. Foi no segundo semestre do ano de 2016 e desde então foram inúmeras visitas, que durante os últimos 3 anos assumiram um “olhar” mais atento às relações sócioespaciais que “pulavam de cabide em cabide” e saltavam aos olhos.

A Rua Cuiabá fica a quatro quadras ao Sul e em paralelo a Avenida Marcelino Pires. É composta por residências pequenas, de classes populares, mas também imóveis comerciais, que lá se situaram aproveitando o movimento da feira e os preços mais baixos dos imóveis para alugar, bem como o acesso ao bairro Jardim Água Boa e suas adjacências.

Figura 03 – Croqui de localização “Brechó da Cuiabá”



Autora: CARDOSO, 2023.

O “Brechó da Cuiabá”, como aponta levantamento de dados, é o estabelecimento mais antigo no mercado de segunda-mão em Dourados-MS. Segundo dados abertos da Receita Federal do Cadastro de Pessoa Jurídica (CNPJ), a data de abertura da empresa é de 12 de março de 1980, ou seja, há mais de 40 anos no seguimento de roupas de segunda-mão. Por ser o mais antigo, certamente é um dos que tem mais fluxo de compradores.

No dia 21 de maio de 2022 realizamos uma visita previamente agendada com o proprietário, para fotografar o ambiente interno do “Brechó da Cuiabá”. Antes, já havia

me comunicado com uma funcionária do local, que me informou data e horário que o proprietário estaria presente para realizar a autorização das fotos e da observação. A organização interna do que seria um grande galpão com dois andares, ao primeiro olhar, é bastante confusa e traz uma sensação de desordenamento.

Todavia, os deslocamentos nos caminhos estreitos, entre araras gigantes, indicam uma organização por segmentos: feminino, masculino, infantil, blusas, calças, shorts, casacos e assim por diante. Centenas de peças ficam expostas, o que impossibilita quantificar, já que a todo momento chegam novos fardos com toneladas de itens. (Fotos 01, 02).

Foto 02 - O Feirão de Roupas Usadas ou “Brechó da Cuiabá”



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 03 – Vista parcial e oblíqua do térreo, tirada do segundo piso



Autora: CARDOSO, 2022.

Os preços variam por andar; no térreo, o preço oscila de acordo com a peça e no andar de cima é “preço único”. No dia da visita, o preço do andar de cima para peças de inverno era de R\$5,00 reais e as de verão R\$3,00 reais, os preços em geral são fixos, mas submetidos a discussão entre comprador e vendedor, sendo possível obter descontos na “boca do caixa”. As vezes faltam aqueles dois ou três reais para realizar o pagamento completo, que são abatidos e tidos como desconto. No segundo piso se concentrava a maior parte de pessoas olhando peças das araras, mas também diretamente dos fardos, ainda sem nenhuma triagem das peças; a maioria eram mulheres que vasculhavam as araras, atentas em busca da peça perfeita para elas, mas também para realizar a revenda. Esses brechós de galpão “alimentam” os brechós mais especializados de repositório de matéria prima para curadoria – com um bom olhar, limpeza e as vezes um bom reparo, um item pode ser inserido em um novo ciclo de vida útil. (Foto 03)

Foto 04 – Vista do piso superior, ao fundo fardos com mercadorias para exposição futura



Autora: CARDOSO, 2022.

O público frequentador é de pessoas de extratos sociais mais baixos, com baixo poder aquisitivo e que se locomovem de bicicletas e motocicletas (estacionadas) na frente do estabelecimento, mas também de transporte coletivo ou mesmo a pé. É importante ressaltar, que mesmo de forma incipiente, o local possuía atributos de ordem tecnológica, como câmeras, smartphone e computadores, sendo possível também realizar o pagamento através de cartão de crédito e débito.

Uma das diferenças que percebi nesta visita, de outras realizadas em outros momentos, como consumidora, inclusive, foi que o lugar onde ficavam as calças jeans *vintage* tinham agora calças jeans novas, sem marcas conhecidas, o que aparentava ser uma peça de confecção pequena e todas custavam R\$50,00 reais. Não se trata de avaliar se é caro ou barato. Contudo, há diferenças quando a peça é nova, certamente que uma calça jeans nova, ainda que com etiqueta desconhecida agrega mais valor.

Por outro lado, isso trouxe a reflexão de que já não se encontra mais em grandes quantidades peças jeans produzidas nas décadas de 80, 90 e que são itens cobiçados dos compradores de brechós especializados, sobretudo as “de marca”. O que explicaria esse espaço ser preenchido por peças novas, de origem desconhecida, que as frações mais

pobres da sociedade vão adquirir sem questionar, importando mais se “cabe ou não no bolso”.

Na Foto 05, uma jovem indígena olha de braços cruzados para a arara de calças jeans, cobiçando uma peça que se tornou um item básico do vestuário brasileiro⁷⁴ e que sendo nova chega a custar em média R\$160,00, de acordo com uma pesquisa realizada em 2021, pela Associação Brasileira do Varejo Têxtil (ABVTEX)⁷⁵, representando 13% do salário mínimo nacional em 2022, quando era de R\$1.212,00 reais. Com o preço de brechó, a jovem em foco, ou qualquer consumidor, teria que desembolsar cerca de 4% do salário mínimo base de 2022 para ter uma peça dessa dentro do armário.

Foto 05 – Arara de calças jeans novas



Autora: CARDOSO, 2022.

Os brechós da categoria 01 estão entre os mais antigos da cidade, de modo que podemos chamar de *brechó mãe*. São a forma de organização que gerou a faísca para que

⁷⁴ Veja mais em <https://elle.com.br/moda/jeans-eleito-peca-mais-democratica-brasil> Acesso em 23/01/2023.

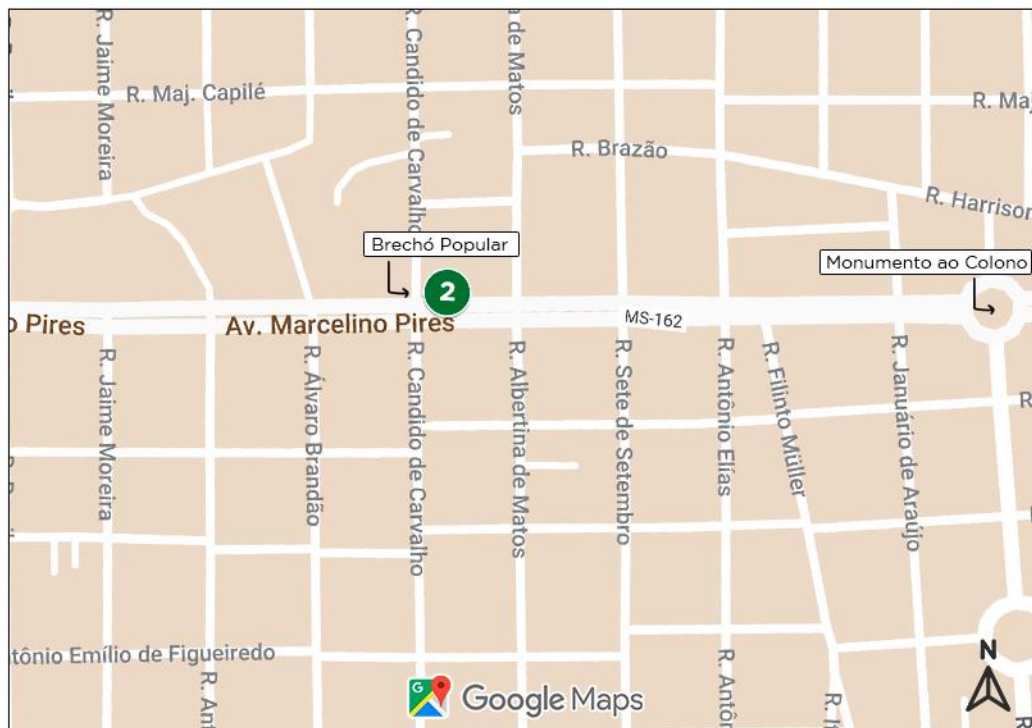
⁷⁵ ABVTEX <https://www.abvtex.org.br/>

outras formas de brechó pudessem existir, criando um mercado para o comércio de roupas, acessórios e afins, usados, mas é também o tipo específico de brechó que está enleado a um arcabouço de ideias negativas, possuindo um imaginário social com conteúdo negativo, ligado a falta de higiene, roupa de pessoas mortas e/ou associado a pobreza.

O “Brechó Popular” está classificado na categoria 01, ponto número 02 do Mapa 02. Está localizado a Leste, na Avenida Marcelino Pires, a distância de um pouco mais de meio quilometro do Monumento ao Colono (Figura 04), no sentido centro, de que vem da rodovia BR 463 entrando na cidade de Dourados. Na mesma avenida, próxima as bordas da delimitação urbana da cidade, o brechó está localizado no bairro Jardim Yoshikawa, dando acesso a bairros populares a Nordeste e a Sudeste, como Jardim Santa Maria, Canaã, mas também Jardim Vieira, Vila Industrial, Parque das Nações I, entre vários outros bairros populares. (Figura 04)

O “Brecho Popular” atende a porção Leste da cidade, é um local afastado da área central da cidade, com presença de expressivo comércio, com mercados, padaria, lojas de varejo em geral, mecânicas e distribuidoras de automóveis e motocicletas, além de contar com uma porção de empresas de grande porte do setor de logística e materiais plásticos.

Figura 04 – Croqui de localização Brechó Popular



Autora: CARDOSO, 2023.

O “Brechó Popular” não possui CNPJ próprio, mas em conversa com o proprietário foi revelado que ele estava no ramo de venda de roupas e itens usados há mais de 25 anos e que o brechó faz parte de uma rede de brechós administrados de forma familiar.

Quando do contato com o proprietário para realizar a visita, em 04 de junho de 2022, o interesse era visitar uma das 4 lojas do “Ki Brechó Barato” (7, 8, 9, 10, do Mapa 02). Contudo, o proprietário desses brechós citados abriu a visita nesse “novo local”. Os motivos para tal preferência é que ele estaria no local na data combinada, o novo estabelecimento estaria sendo preparado para que o filho administrasse, contudo, explicitamente não temos como saber, mas pela localização, imagina-se que dar visibilidade ao “novo” estabelecimento, pode ter sido uma razão.

O “Ki Brechó Barato” (ponto 03 do Mapa 02) tem CNPJ aberto desde 12 de julho de 2019 e, segundo os dados abertos da Receita Federal, a empresa tem filiais anteriormente a essa abertura de cadastro. O proprietário tinha outro CNPJ do mesmo segmento, que foi aberto em 01 de julho de 2013 e encerrado em 01 de fevereiro de 2018. Observa-se, portanto, que a regularização ou não; bem como a (ir)regularidade, não

impede o funcionamento dos negócios, baseado no trabalho de familiares. Na verdade, como já abordado, a informalidade é característica do circuito inferior.

A intenção de visitar uma das unidades do Ki Brechó Barato era realmente para trazer relevância para o fato de ser uma rede local de brechós em Dourados, com 04 unidades já bem estabelecidas e que estão em contínuo crescimento, buscando a expansão na região nordeste da cidade.

Durante a visita, percebeu-se que o brechó possuía funcionários para atendimento de balcão e auxiliando na logística das peças, além de um guarda-segurança, que ficava próximo da entrada do estabelecimento. O diálogo informal, de chegada, foi indicativo de que havia pelo menos dois públicos específicos naquele estabelecimento: evangélicos e/ou “crentes” e homens buscando roupas masculinas de trabalho. Logo no começo de nosso diálogo com o proprietário foi possível perceber sua afinidade religiosa e cristã, referindo-se aos clientes como “irmão/irmã”, termo frequentemente utilizado por denominações evangélicas no Brasil. Também, notava-se muitas pessoas (clientes) pedindo no balcão sobre a localização das “roupas de trabalho”, sendo direcionados para uma parte da loja, onde estavam peças de roupas masculinas mais ‘surradas” e botinas de couro novas.

Nesse setor, mas também no conjunto das roupas masculinas, era perceptível a despreocupação com alguma organização e/ou curadoria. Apenas calças de tecidos mais grossos e camisetas sortidas. Nessa segunda década do século XXI, em que o trabalho tem sido absolutamente precário, as pessoas são condicionadas a trabalhos em regime de terceirização, sem direito a carteira assinada e sequer ter o direito a um uniforme. Observa-se então dois perfis de consumidores dominantes, mas não é, evidentemente o único público que consome no local; foi possível perceber, ainda, pessoas jovens, casais de idosos, homens e mulheres buscando ali um tipo de roupa que possam usar para trabalhar e certamente, os “irmãos” da igreja e da fé, invariavelmente, acabam consumindo lá, seja por condição econômica, seja por afinidade religiosa.

Estruturalmente, o galpão térreo era bem iluminado e amplo. Nos fundos, onde havia uma concentração de fardos de roupas, era visível que o ambiente como um todo estava sem os devidos acabamentos. As peças tinham preços variados e eram organizadas por gêneros (tipo). (Fotos 5, 6, 7, 8 e 9). Nesse brechó em específico havia uma grande quantidade de sapatos usados e novos disponíveis.

Foto 06 – Vista lateral esquerda do galpão



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 07 – Vista lateral direita do galpão



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 08 – Casal escolhendo as peças

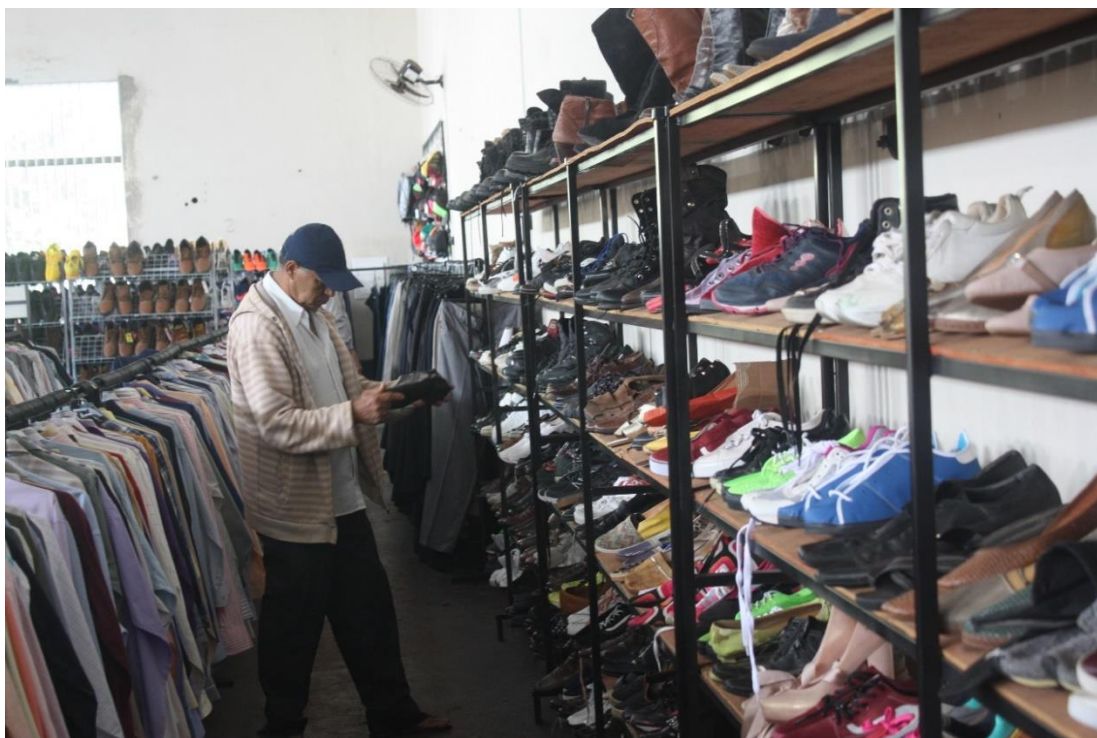
Autora: CARDOSO, 2022.

Um elemento importante é que nos dois brechós descritos, a venda de roupas e calçados eram usados, mas também peças novas como calças jeans e de moletom, botas, réplicas de tênis e algumas peças de inverno, todas de baixo custo e de confecções e marcas desconhecidas. Os preços são variados e as peças mais caras são os casacos maiores, é possível encontrar peças de R\$2,00 a R\$100,00, a depender das peças e do estado, se são usadas, tem um valor e se são peças novas, o valor sobe. No local, a presença de tecnologia evidenciava-se em um computador no balcão, smartphones, além da possibilidade de realizar o pagamento mediante a uso de cartão de crédito ou débito.

O “Brechó Popular” e as outras unidades do “Ki Brechó Barato” costumam utilizar carros de som⁷⁶, ressaltando a troca de peças por estação e saldão de preços baixos e o mesmo material é divulgado via redes sociais para os clientes, uma propaganda que costuma ser direcionada aos bairros onde estão localizados os brechós e na região central da cidade.

⁷⁶ Os áudios recuperados podem ser ouvidos no link: https://drive.google.com/drive/folders/1zJ_ulvaScm8YFVNYyEC5ZX1wBhYUCrqi?usp=share_link Acesso em 23/01/2022.

Foto 09 – Homem avaliando um calçado



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 10 – Fardos de roupas usadas acumuladas no fundo do galpão aguardando espaço para exposição

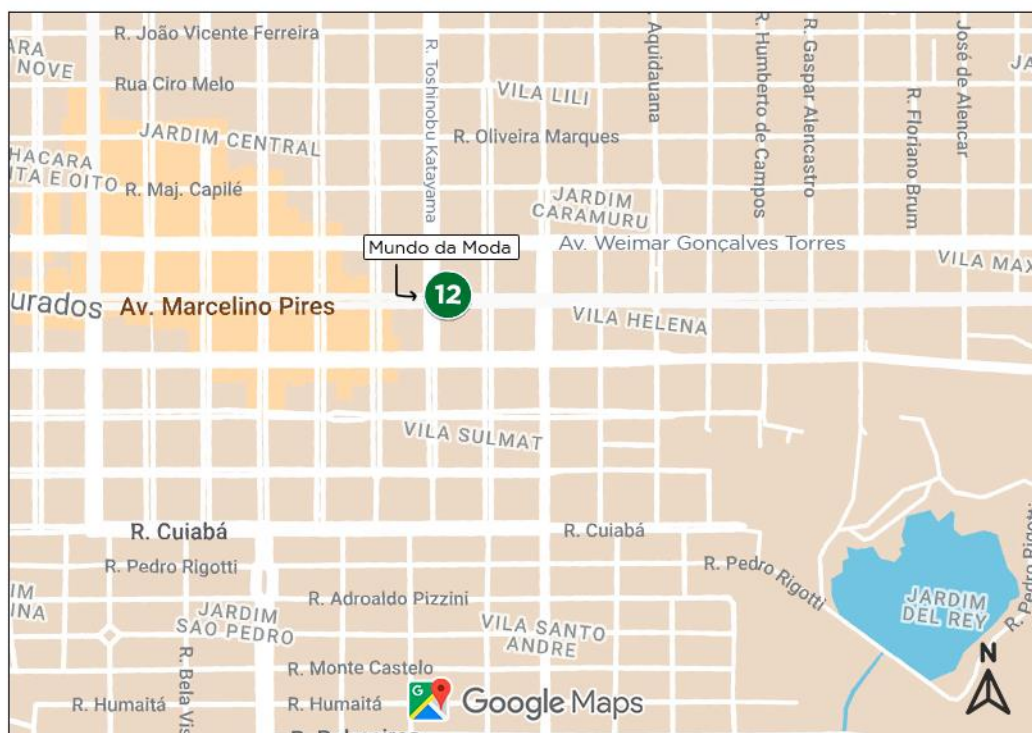


Autora: CARDOSO, 2022.

Ainda nos brechós da categoria 01, no dia 25 de maio de 2022 visitei o “Mundo da Moda”, um brechó/bazar que existe desde 31 de outubro de 1995 e que parte dos lucros são direcionados ao Lar Ebenezer⁷⁷. O “Mundo da Moda” está classificado na categoria 01, ponto número 12 do Mapa, fica localizado na Avenida Marcelino Pires, no bairro Jardim Clímax, na referida região do Jardim Itália, zona central de comércio, próximo a farmácias, postos de gasolina, prestadoras de serviços e outras lojas de varejo. (Figura 05)

Segundo dados levantados no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, o brechó tem 25 anos de funcionamento e abriga centenas de peças usadas. E uma ampla sala de comércio, algo parecido com um comprido galpão, de piso térreo e bem iluminado, possui ainda algumas estruturas de moveis de mostruário para sapatos, longas araras de roupas e grandes mesas com “montanhas” de peças que custam os menores preços disponíveis no local. (Fotos 10, 11 e 12)

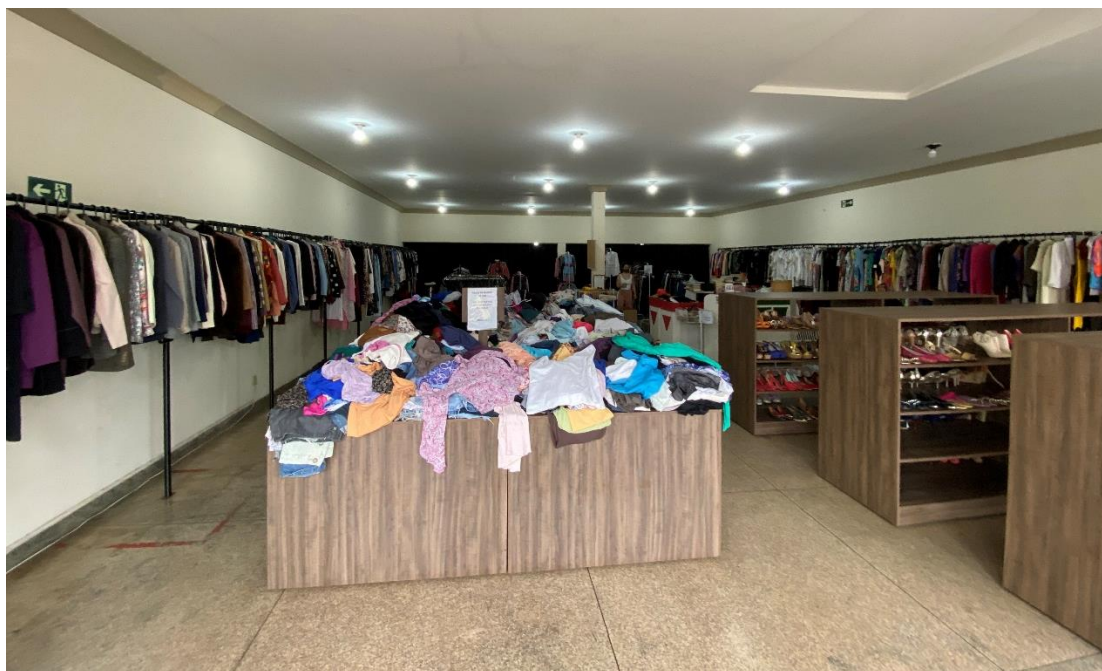
Figura 05 – Croqui de localização Mundo da Moda



⁷⁷ O Lar Ebenezer é uma instituição de caridade sem fins lucrativos que trabalha em Dourados-MS desde 1988 para acolher e garantir a proteção integral de crianças e jovens menores de 18 anos com direitos violados, em situação de risco e socialmente desfavorecidos. Saiba mais <https://www.larebenezerdourados.com.br/> Acesso em 24/01/2023.

Autora: CARDOSO, 2023.

Foto 11 – Vista ampla da entrada, com peças amontoadas ao centro



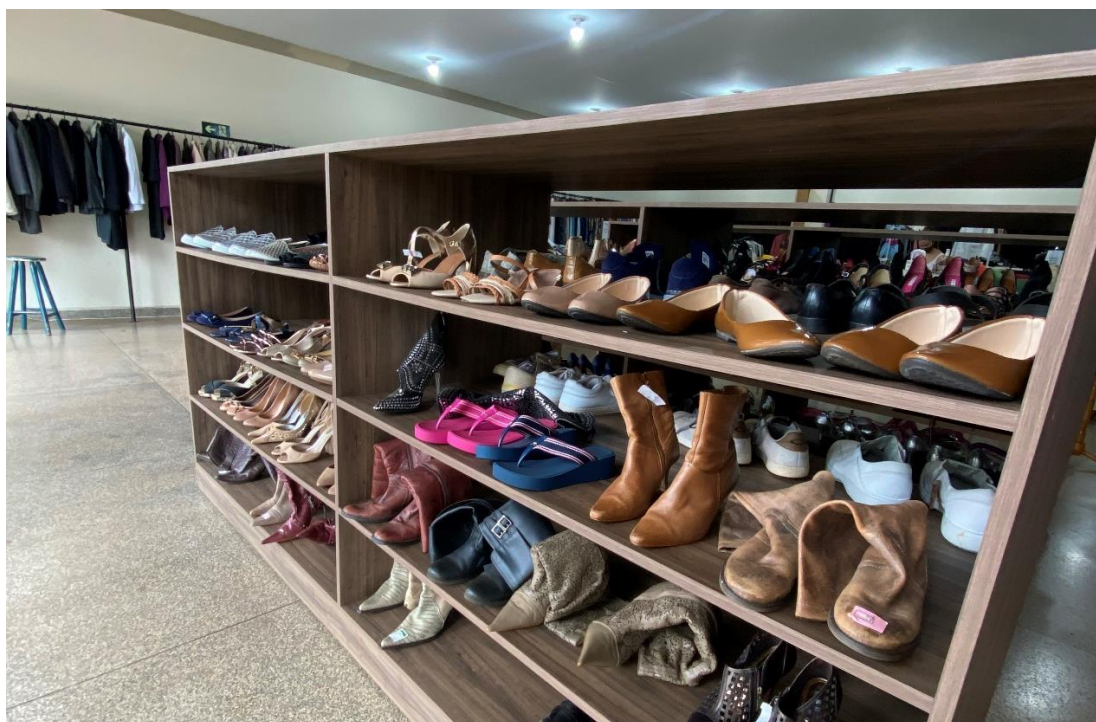
Autora: CARDOSO, 2022.

Uma das diferenças desse brechó em relação aos já apresentados é que ele possui, em menor escala, um sistema de abastecimento de peças por consignação, peças de produção mais recente e melhores qualidades, que são oferecidas através do sistema de consignado. A pessoa leva a peça e deixa a disposição, se vender os lucros são divididos, mas esse sistema representa uma porcentagem pequena das peças totais disponíveis.

A maioria chega através de doações vinculadas com a instituição de caridade vinculada ao brechó. A presença de itens de tecnologia é perceptível através de computadores no balcão de pagamento e através das formas de pagamento disponíveis, cartão de crédito e débito e PIX ou transferência bancária. No dia da visita não havia outros clientes enquanto estava dentro do local, apenas a presença de duas mulheres responsáveis pela administração do local.

É interessante observar a disparidade de tipos de produtos disponíveis no local. É possível encontrar peças sem marca ou referência alguma da produção e peças de grandes casas da moda, como uma peça Yves Saint Laurent, uma marca de alta-costura, prêt-à-porter, joalheria e perfume fundada em 1961, essa situação é muito comum nos brechós da categoria 01. (Fotos 11 e 12)

Foto 12 – Mostroário de sapatos



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 13 – Camisa da Grife Yves Saint Laurent



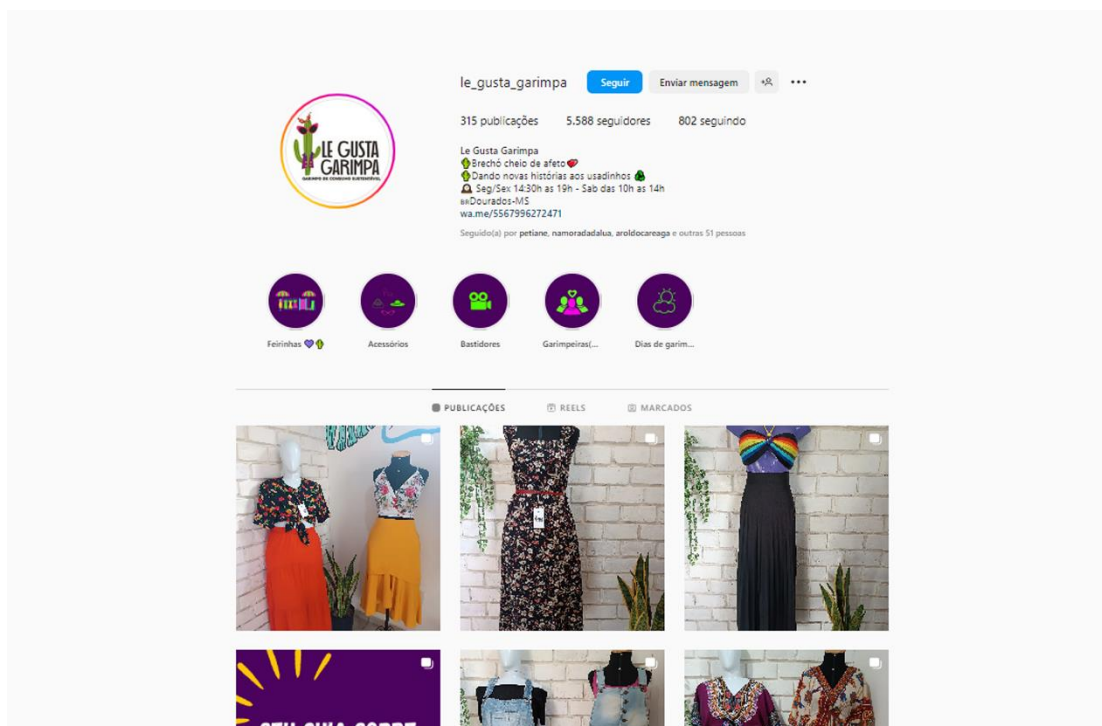
Autora: CARDOSO, 2022.

Os brechós da Categoria 02 são em sua maioria pequenos espaços, com uma seleta quantidade de itens que são coletados em outros brechós, como os descritos anteriormente, mas não é a única fonte de “matéria prima” para as suas lojas. Existe também a modalidade do sistema de consignação e da compra direta de desapegos de pessoas que procuram o estabelecimento na intenção de vender.

Existe uma relação nos custos desses tipos de “garimpos”. No sistema de consignação, o valor de venda nem sempre é dividido em duas partes iguais (50/50%), dependendo do tipo de acordo específico do brechó. Quando o brechó compra direto a peça, normalmente se paga um valor muito abaixo dos 50%, pois existe a possibilidade dessa peça ficar “encalhada” nas araras, que necessitam de reposições quase que semanais, para que se tenha mais opções para os clientes que frequentam, assim, devido os locais serem geralmente pequenos, os estoques nessa categoria são limitados. Não dá para ter muitas peças.

No dia 21 de março de 2022 a visita foi ao “Le Gusta Garimpa”, que está classificado na categoria 02, ponto número 26 do Mapa 02. Ele está localizado na Rua Independência, nos contornos da Praça Paraguaia, no bairro Jardim Itália e na região Jardim Londrina. A Sudoeste, em relação a centro da cidade, também servida por muitas atividades comerciais, localiza-se em uma área de grande concentração de população no bairro e adjacências, onde vivem trabalhadores e trabalhadoras pobres, que se deslocam em grande medida para o centro e as áreas ao norte da cidade diariamente. (Figura 06)

Figura 06 – Croqui de localização Le Gusta Garimpa



Fonte: Reprodução Instagram. Disponível em www.instagram.com/le_gusta_garimpa/ Acesso em 24/01/2023.

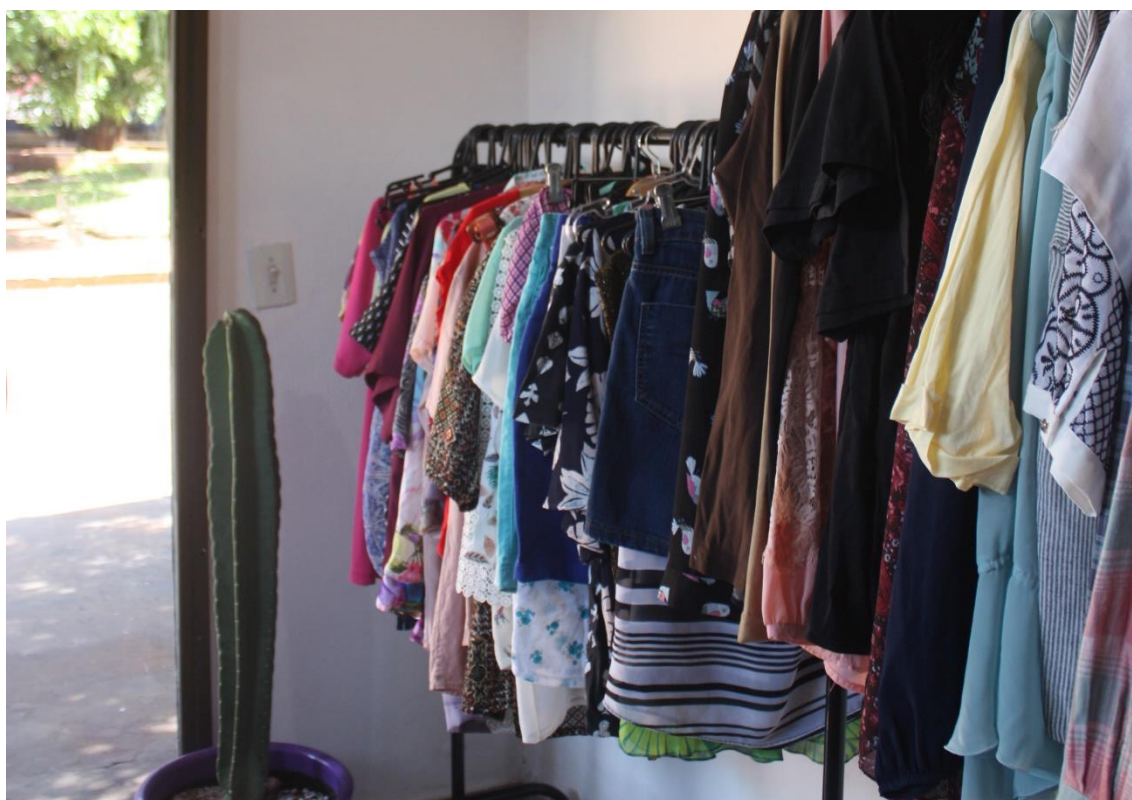
Observando o interior do lugar, é possível perceber que existe a reprodução da lógica de funcionamento de lojas convencionais de roupas novas, uma vez que há interesse evidente em fortalecer o nome da marca do brechó, por meio de objetos personalizáveis no pacote, na etiqueta, na decoração. O objetivo é valorizar o trabalho desempenhado pela curadoria da marca, no caso do “Le Gusta”, focando não só no produto ser de alguma “marca” conhecida e relevante, mas, no estilo e estética da peça que está sendo vendida. (Fotos 13, 14, 15, 16)

Foto 14 – Vista lateral do Brecho e sua organização



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 15 – Vista de trás para a porta



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 16 – Placa de entrada



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 17 – Etiqueta personalizada

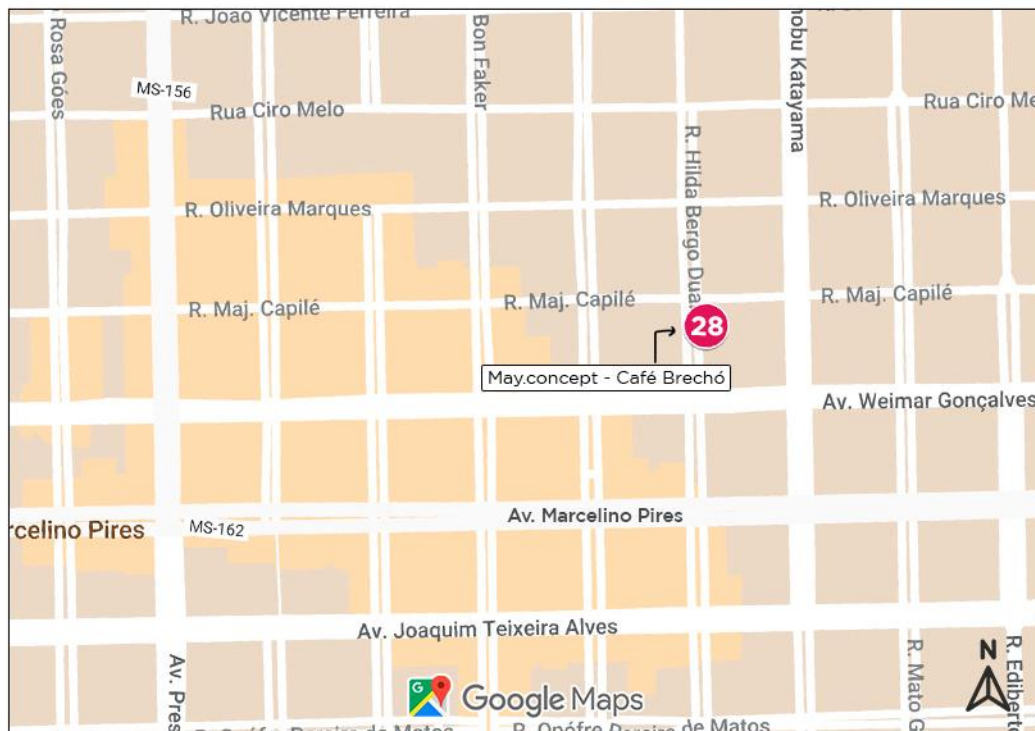


Autora: CARDOSO, 2022.

Normalmente uma peça para chegar na arara do brechó passou por uma série de processos que através do trabalho da curadora passa a ter novamente um valor, sendo possível que se coloque um preço e realize a venda. Os processos de trabalho são: deslocamento para a busca do item, seleção, limpeza, remover manchas, remover avarias do tecido, costurar e realizar reparo, fotografar a peça, tratar a fotografia, precificar, publicar no site ou rede social e finalmente ter a peça disponível para ser comprada, embrulhada e entregue. Nesse momento, que todas as etapas foram realizadas, observa-se que tudo é realizado por uma pessoa apenas e/ou, quando se tem colaboração na realização do trabalho, são sempre relações mediadas pelo trabalho familiar ou temporário. Esse brechó tem exatamente essa configuração familiar, condição até usado como *marketing* na rede social.

O “May.concept – Café Brechó”, está identificado na categoria 02, ponto número 28 do Mapa 02, fica localizado na Rua Hilda Bergo Duarte, esquina com a Rua Major Capilé, três, ao norte da Avenida Marcelino Pires (Figura 07), no bairro Vila Planalto, em que se tem concentrado muitos estabelecimentos comerciais. Até final do século XX havia muitas residências de classes mais abastadas nesse bairro, todavia, a Vila Planalto fica “no caminho” de bairros como o BNH III Plano, o Jardim Mônaco, entre outros, onde vive uma população mais abastada, sobretudo de renda média. Trata-se, portanto, de um brechó para atender esse perfil consumidor.

Figura 08 – Croqui de localização May.concept – Café Brechó



Autora: CARDOSO, 2023.

Desde 2018 o curador Maycon Yudi trabalha no ramo de brechós, começando através das redes sociais e evoluindo seu conceito até formular o “May.concept - Café Brechó”. A visita no local foi no dia 09 de março de 2022. A ideia do empreendimento é ser um lugar onde você pode alimentar e vestir o corpo, saciar a fome e o desejo de consumo, uma proposta que tem o objetivo de “fazer diferente”, se destacando no modelo de negócios.

O local dispõe de mesas e cadeiras para receber os visitantes, a fachada pintada de tons terrosos reafirma as cores da “marca” do brechó (Foto 17), a parte interna bem iluminada com luz natural e artificial, a decoração fica por conta de plantas naturais espalhadas pelo ambiente. O espaço alugado não permite tantas mudanças estruturais, então os administradores apostam em itens de decoração e pintura externa para trazer mais identificação com a marca.

Com um espaço consideravelmente maior do que a maioria dos brechós dessa categoria, as araras de roupas e os mostruários fazem o *layout* do salão, ao fundo é possível notar a montagem da cozinha para o Café. (Foto 18 e 19)

Foto 18 – Fachada do “May.concept – Café Brechó”



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 19 – Aspectos da parte da cozinha



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 20 – Móvel decorado com planta natural



Autora: CARDOSO, 2022.

Nos brechós dessa categoria, o estoque de peças costuma ser bem reduzido em comparação com os brechós da categoria 01. Os brechós da categoria 02, por essa condição de estoque, limita suas peças, na maioria das vezes, ao público feminino e troca as peças por estações do ano, inclusive dispendo de peças masculinas para suas clientes. Muitos desses brechós tem trabalhado com categorias de peças sem gênero, que podem ser utilizadas por ambos os sexos, atendendo um nicho de mercado ainda muito carregado de preconceito.

Os preços nesses brechós costumam ser mais altos que dos brechós da categoria 01, mas sempre é possível encontrar pechinchas a R\$5,00 ou R\$10,00 reais, entretanto as peças também são precificadas, além do valor do trabalho empregado nelas para o novo ciclo, dependendo da peça ela pode ter um preço acima da média para peças de marcas brasileiras mais conhecidas, de *fast fashions* e grifes.

É notável a necessidade de tecnologia nesta categoria. No “May.concept” é perceptível o uso do computador notebook e do celular para mediar a relação de pagamentos com máquina portátil de cartão de crédito ou débito, ou para pagamento através de PIX ou transferência bancária. (Foto 20)

Foto 21 – Placa de desconto no pagamento mediante PIX



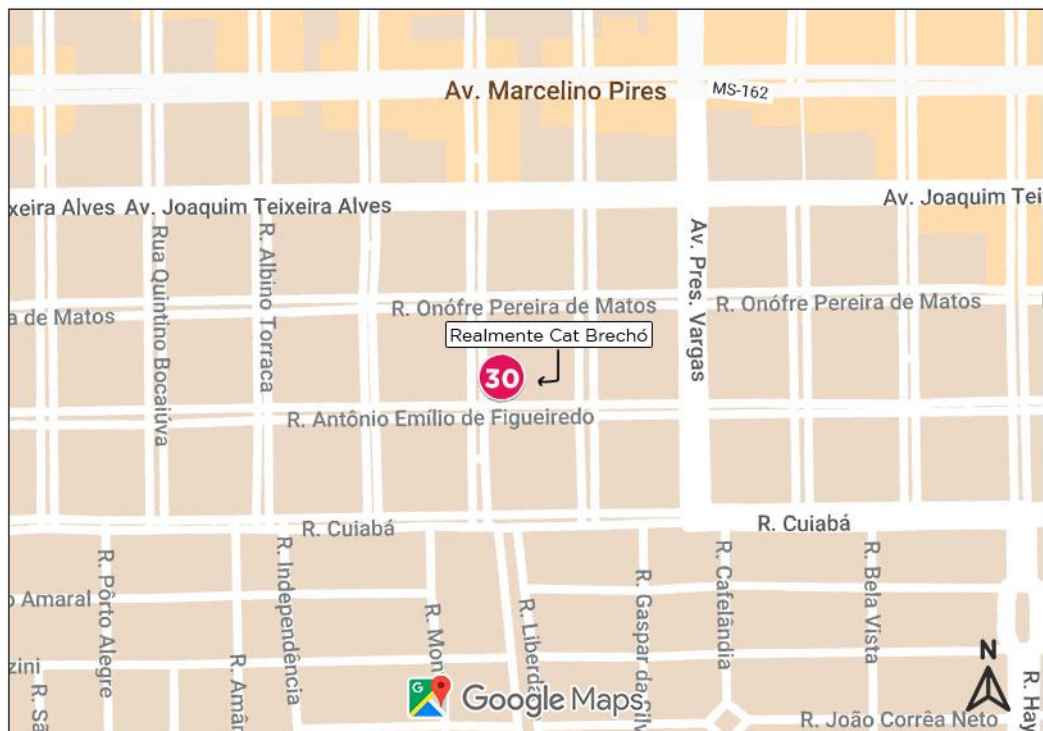
Autora: CARDOSO, 2022.

Não é frequente que os brechós dessa categoria tenham o CNPJ, entretanto o “May.concept” tem o registro desde 21 de julho de 2020.

Os brechós da Categoria 02, muitas vezes começam como uma alternativa para fazer uma renda extra, sendo as vezes necessário que o trabalho com o brechó se junte a uma segunda ou terceira jornada de trabalho. Os brechós quando não tem um ambiente físico para o atendimento, são manejados dentro das residências das pessoas, que pode chegar a ser no futuro conjugadas com a própria casa.

No dia 09 de março de 2022 o “Realmente Cat Brechó” foi visitado e tem essa configuração residencial. A curadora Catarine Maciel divide um espaço de sua residência pessoal para ser a sede de atendimentos do brechó. O “Realmente Cat Brechó” está cotado na categoria 02, ponto número 30 do Mapa 02, fica localizado na Rua Firmino Vieira de Matos, esquina com a Rua Antônio Emilio de Figueiredo, no bairro central, quatro quadras ao Sul, da Avenida Marcelino Pires e uma antes de chegar na Rua Cuiabá. (Figura 08)

Figura 09 – Croqui de localização Realmente Cat Brechó



Autora: CARDOSO, 2023.

Na fachada de casa residencial, uma placa redonda azul bebê demarca a entrada do brechó, o cavalete da entrada diz aberto. É possível ainda no portão já avistar a decoração de plantas naturais e artificiais, um manequim e a área dos provadores. (Foto 21)

Foto 22 – Vista da entrada



Autora: CARDOSO, 2022.

O ambiente do brechó fica no cômodo frontal da casa, mais uma parte do corredor lateral onde ficam dois provadores. O ambiente interno é bem iluminado e os moveis e araras do tipo “faça você mesmo” preenchem o local. A curadora sempre compartilha nas redes sociais alterações no layout da loja, produção de moveis novos e o cuidado material com o pedaço reservado ao brechó. A quantidade de peças é limitada ao público feminino em geral e todas as roupas vendidas são usadas, porém o brechó também comercializa itens como acessórios, bolsas e cintos novos e usados. (Fotos 22, 23)

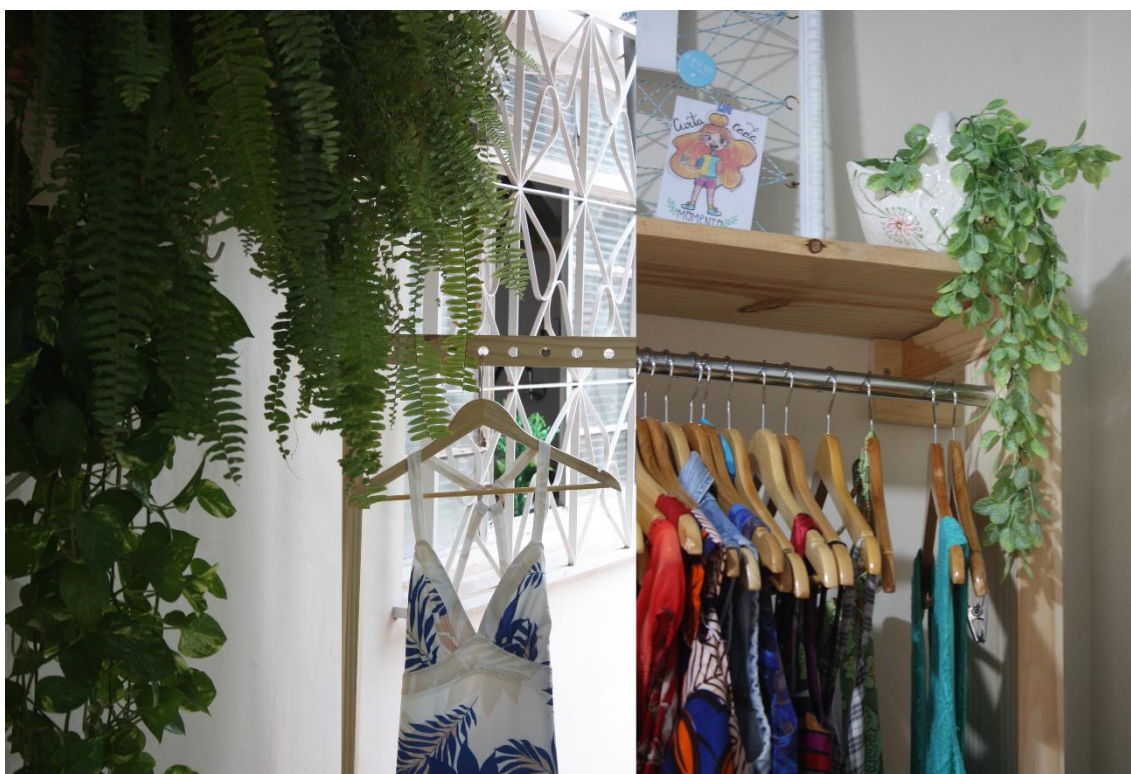
Os brechós da Categoria 02 são espaços pequenos, então o ambiente não fica “cheio” de pessoa. Muitas curadoras, inclusive, atendem com hora marcada para que seja possível realizar o processo de escolha e compra de uma forma mais tranquila.

Foto 23 – Araras de roupas exclusivamente femininas – Realmente Cat Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 24 – Detalhes da decoração do interior do Brecho



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 25 – Embalagem

Autora: CARDOSO, 2022.

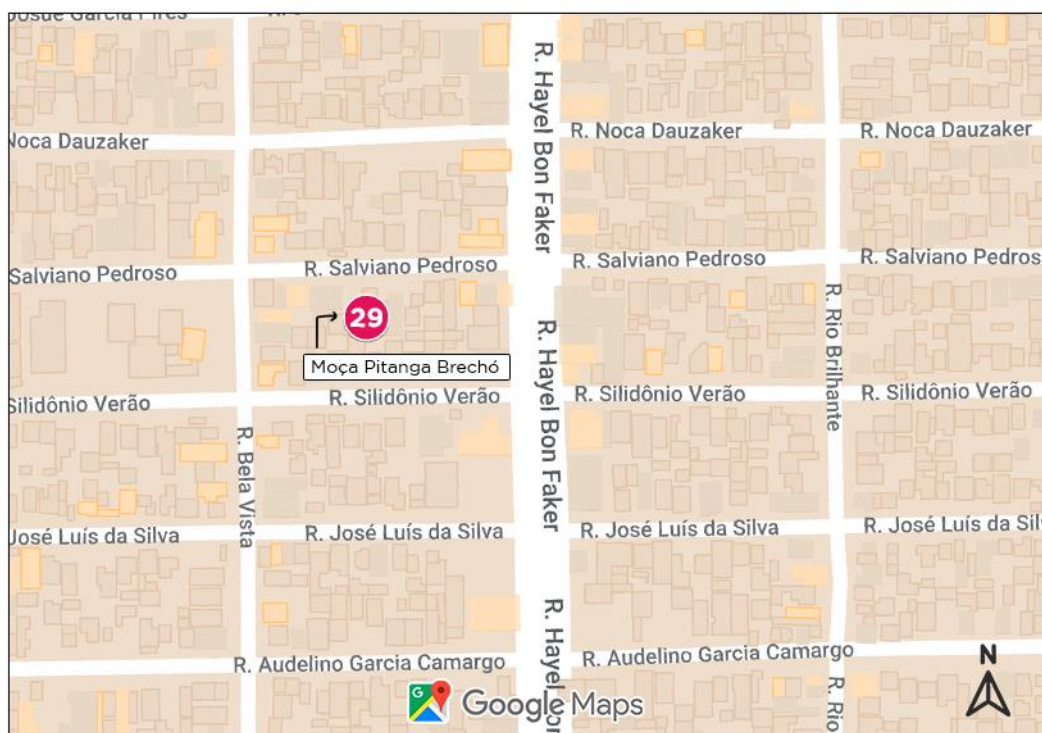
A embalagem diz “Neste pacote contém carinho”, a mensagem é carimbada em sacola de papel pardo.

Existe uma certa preocupação nos brechós dessa categoria com as pautas que envolvem sustentabilidade, meio ambiente, moda circular, mudanças climáticas, enfim, temas que envolvem ações e propostas para combater a destruição da natureza através do reuso. Por isso nessa categoria, quando tem sacolas personalizadas, normalmente são de material reciclável.

O Público alvo dos brechós da Categoria 02, pode ser motivado a comprar não só pelo preço, mas também por pautas que envolvem a preservação do meio ambiente, clientes mais bem-informados, jovens, universitários, profissionais com perfil acadêmico, ligados as temáticas ambientais, socioculturais, que é crítica na hora de escolher como usar o seu dinheiro. Esse perfil de brechó também atrai público com esse perfil de consumidor que transita entre o grupo 1 e 2, como apresentado na Tabela 06 e no Gráfico 11, no capítulo anterior.

O “Moça Pitanga Brechó” é mais um exemplo de micro negócio que começou na internet e se tornou atividade principal de uma pessoa/família. O brechó que está na categoria 02, ponto número 29 no Mapa 02, fica localizado na Rua Salviano Pedroso, na porção Sul do bairro Jardim Água Boa (Figura 09) e fica nas mediações de outros 4 estabelecimentos de comercio de segunda-mão localizados no mesmo bairro. Nessa perspectiva, no tocante a espacialização dos brechós em Dourados-MS, o total de 05 brechós no bairro, representam 25% dos números totais da Categoria 02.

Figura 10 – Croqui de localização Moça Pitanga Brechó



Autora: CARDOSO, 2023.

Em uma sala comercial, a curadora Tay de Pieri, compartilha sua rotina com o brechó nas redes sociais, ela também é a sua própria garota propaganda. Já do lado de fora é possível observar os manequins na vitrine e entrando no estabelecimento, você encontra um ambiente com bastante luminosidade, organizado como uma loja convencional de roupas novas. Araras e mostruários dão sentido ao *layout* adotado, as peças distribuídas por cor ou estampa deixam o ambiente com aspecto de organização, valorizadas com o preço nas próprias peças (Fotos 25, 26, 27, 28 e 29)

Foto 26 – Peças organizadas por cor - Moça Pitanga Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 27 – Aspectos do ambiente interno - Moça Pitanga Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 28 – Aspectos do ambiente externo Moça Pitanga Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 29 – Destaque da peça com o preço fixado - “R\$ 22,99” - Moça Pitanga Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 30 – Casacos secando no ambiente externo - Moça Pitanga Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

A curadora acompanhou a visita que aconteceu no dia 04 de junho de 2022 e falou sobre os lugares onde ela “garimpava” as peças disponíveis em seu brechó. O diálogo não trouxe surpresas, inclusive sobre a aquisição de material na fronteira com o Paraguai visando reposição do estoque. Dourados está a 120 quilômetros da fronteira do Paraguai, onde a cidade de Ponta Porã é conturbada com a cidade de Pedro Juan Caballero - PY, fazendo fronteira internacional seca. A faixa de fronteira é destino de compras para toda porção Sul do Mato Grosso do Sul.

Na Avenida Brasil e nas ruas paralelas a ela, na cidade de Ponta Porã (MS), que está no limite com a faixa internacional, existem grandes galpões como os da Categoria 01, que servem de abastecimento para os brechós, é o caso do Feirão Preço Baixo (Brechique)⁷⁸, Mega Brechó Fashion⁷⁹, Passarela Modas Roupas Usadas⁸⁰, Brexó Xique⁸¹ entre outros na região, por exemplo.

⁷⁸ Ver localização em <https://goo.gl/maps/NUiV6W7DToVfo6rv6> Acesso em 05 de abril de 2023.

⁷⁹ Ver localização em <https://goo.gl/maps/usu96GtBSL3oS4397> Acesso em 05 de abril de 2023.

⁸⁰ Ver localização em <https://goo.gl/maps/4SuJa1d7uqQpdCW96> Acesso em 05 de abril de 2023.

⁸¹ Ver localização em <https://goo.gl/maps/Ga2QgTciv8nFGbe47> Acesso em 05 de abril de 2023.

Segundo a curadora, é possível também “garimpar” além da linha de fronteira internacional, em pequenos brechós nos bairros de Pedro Juan Caballero. A situação relatada se alinha ao exemplo de relações fronteiriças das cidades de Corumbá (MS) e Puerto Suarez (Bolívia), relatada por Oliveira e Ferreira (2015), que analisaram a relação da rede Brasil-Bolívia de distribuição de roupas usadas.

O comércio de roupas de segunda-mão no ano de 2002 chega às feiras livres de Corumbá, logo após a consolidação da malha do gasoduto e explode com o início do asfaltamento da Rodovia Santa Cruz de la Sierra a Puerto Suarez²², na segunda metade da primeira década deste século, solidificando a malha de ligação antes somente constituída pelos caminhos de ferro. (OLIVEIRA e FERREIRA, 2015, p. 78)

Segundo os autores, existe uma relação intrínseca que envolve a ampliação do acesso a roupas “americanas”, por consequência da construção de infraestruturas que promovem maior circulação de mercadorias dos países do hemisfério norte com a América do Sul.

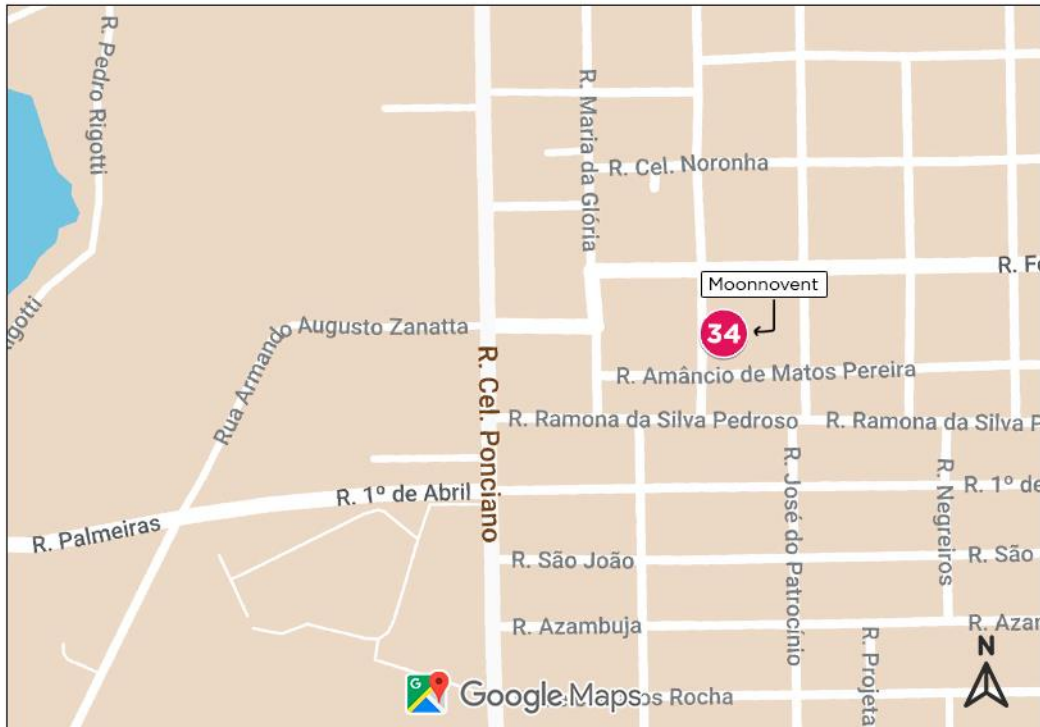
E o que explicam Oliveira e Ferreira (2015, p. 71), as roupas de segunda-mão, saem de vários países – Estados Unidos à frente – e adentram a América do Sul pelos portos chilenos de Arica e Iquique, a rede se estabelece com a distribuição para outras cidades andinas: La Paz, maior cidade e capital administrativa da Bolívia, e de lá para um conjunto de pequenas cidades menores, em maior volume, para Santa Cruz de la Sierra.

O “Moça Pitanga Brechó” não é o único brechó onde se pode encontrar peças estrangeiras. No “Moonnovent”, brechó que fica dentro de um contêiner, na Vila Industrial, é possível a comprar peças *vintages*, que são originais, novas e vêm dos Estados Unidos da América (USA).

No dia 25 de maio de 2022 a visita foi ao “Moonnovent”, ponto número 34 do Mapa 02, que fica na Rua Hiran Pereira de Matos, na parte residencial do bairro Vila Industrial. (Figura 11)

O contêiner que abriga o brechó está acoplado ao lado da residência da proprietária e curadora, Poliana Freitas. O contêiner é bem iluminado e equipado com sistema de climatização fornecida por um aparelho de ar condicionado. (Fotos 30, 31, 32 e 33)

Figura 11 – Croqui de localização Moonnovent Brechó



Autora: CARDOSO, 2023.

Foto 31 – Aspectos da Decoração *vintage* – Brechó Moonnovent



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 32 – Aspectos das araras de peças – Brechó Moonnovent



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 33 – Vista interna e lateral do ambiente. Destaque para o manequim com cabeça de animal e ar condicionado ao fundo - Brechó Moonnovent



Autora: CARDOSO, 2022.

O pequeno provador está no canto interno, duas araras acopladas as laterais formam um corredor de onde é possível acessar as peças disponíveis, o brechó conta com uma decoração com itens que remetem outros períodos históricos já que a essência do “Moonnovent” é toda vintage e retro. Os preços aqui costumam estar na média dos R\$50,00, não é o brechó mais barato disponível, mas um dos únicos onde se encontram calças jeans Levis originais da década de 90.

Foto 34 – Decoração – Brechó Moonnovent



Autora: CARDOSO, 2022.

Os brechós da Categoria 03 tem como diferenciação básica o modelo de negócio. São franquias, com projetos empresariais definidos, portanto, com um sistema de captação de peças que se firmou na agregação e capitalização do chamado “desapego”, a que já nos reportamos no capítulo anterior.

O “Peça Rara Brechó” foi a primeira franquia do ramo de brechós a chegar em Dourados (MS). O investimento mínimo para se adquirir uma franquia da Rede Peça Rara

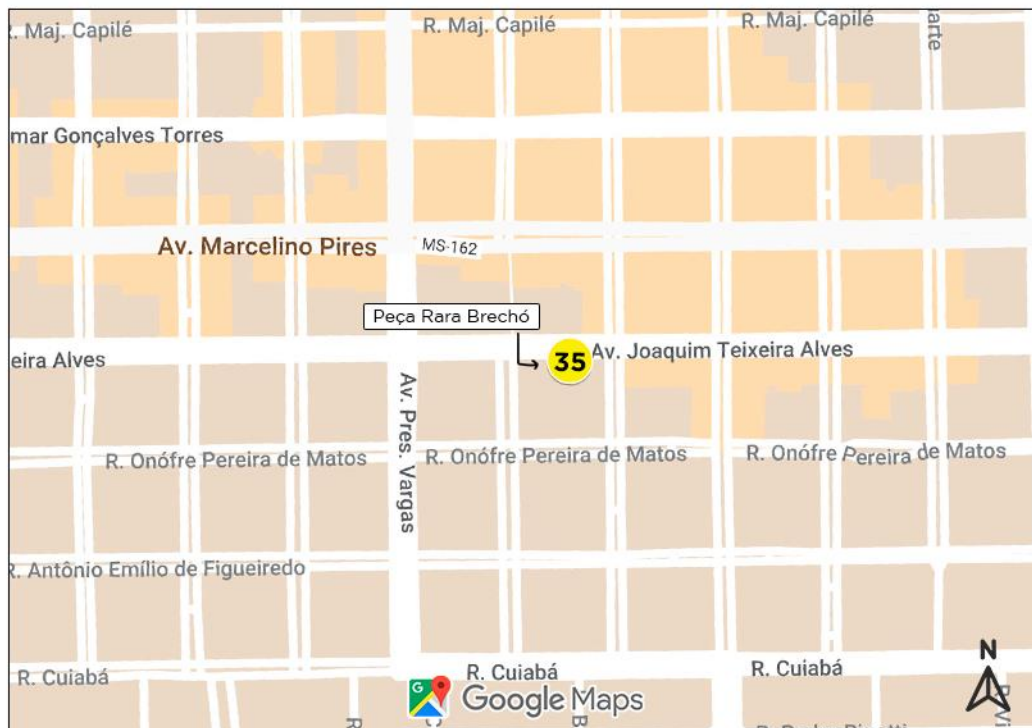
é de 400 mil reais⁸², de modo que a unidade de Dourados se soma as mais de 50 unidades espalhadas pelo país.

Segundo a ABF Associação Brasileira de *Franchising*, Peça Rara é a rede líder de brechós no Brasil, tendo sido fundada em 2007, em Brasília (DF), pela então estudante de psicologia Bruna Vasconi, que vendia peças usadas para pagar as mensalidades da faculdade que cursava. Com mais de 15 anos nesse mercado, a franquia se consolidou repassando ao franqueado o seu modelo: plano de negócio detalhado, ferramentas de controle financeiro, *softwares* e o projeto arquitetônico para uma loja de no mínimo 300m². Com um sistema operacional próprio, que controla desde a parte de consignação ao pagamento de fornecedores, é a garantia da sociedade do consumo que se torna condição indispensável para que o negócio se mantenha vivo e lucrativo. A economia circular e o consumo consciente são os discursos pilares do marketing da rede de franquias.

O Peça Rara Brechó, número 35 do Mapa 02, está classificado como franquia, um modelo de negócios mais “refinado” comparado aos brechós da Categoria 02. Fica localizado no centro, em uma área valorizada pela centralidade mesmo, mas sobretudo por estar próximo a vários bancos, mas também quase em frente da Praça Antônio João, na Rua Joaquim Teixeira Alves, que faz parte das três mais importantes ruas que cortam a cidade de leste (principal entrada de quem está chegando de São Paulo ou Campo Grande) a oeste (sentido Avenida Guaicurus, que é saída para Ponta Porã, dando acesso ao aeroporto e as duas universidades públicas (UFGD e UEMS). (Figura 12)

Figura 12 – Croqui de localização Peça Rara Brechó

⁸² Mais informações sobre como adquirir uma franquia estão disponíveis no site: <https://pecararabrecho.com.br/franquias/> Acesso em 06 de março de 2023.



Autora: CARDOSO, 2023.

Nessas mediações, ficam as agências bancárias mais movimentadas do centro da cidade, como Banco do Brasil, Banco Bradesco (02 agencias), Banco Itaú, Banco Mercantil, sem falar em uma grande agência da Caixa Econômica Federal, pelo menos até 2019. É, portanto, um local de muita circulação de pessoas.

Os brechós da Categoria 03 demandam necessidade de capital expressivo, organização empresarial, burocrática e moderna, com amplo uso de tecnologias e condições de funcionamento que exigem a contratação de trabalhadoras/es para atuarem como vendedoras, gerentes, curadoras e outras funções. Os empregos são formais, na modalidade celetista, ou seja, com carteira de trabalho assinada, com grande quantidade de estoque e alta rotatividade de produtos. Não são, portanto, condições para pessoas descapitalizadas e que veem no brecho possibilidade de uma renda extra, usando da própria casa, tendo ajuda de familiares não necessariamente remunerados.

Os brechós da categoria 03 transitam entre o circuito superior e inferior da economia, possibilitando a classe média acessar bens de consumo “desapegados” pelas frações hegemônicas da sociedade, mas também possibilita algum acesso de sujeitos de camadas mais baixas, mesmo esse não sendo o foco desse tipo de estabelecimento.

As relações entre fornecedor e franquia são mediadas por um contrato de consignação, em que as relações são indiretas e gerais, mediadas pelos trabalhadores, sob sistema de repartição de “50/50”, o que significa que em cada peça consignada vendida no Brecho, 50% do valor de venda será da fornecedora e 50% da franquia.

A publicidade nesse caso é focada em dois pontos: 1) encontrar a fornecedora ideal, que segundo o site da marca⁸³, deve possuir produtos em bom estado, limpos, cheirosos, pois são essas características que fazem o produto valer mais que uma marca famosa e 2) encontrar o consumidor ideal, estimulado e incentivado nos novos valores e novos hábitos de consumo, para um mundo mais sustentável, ou que não tenha tanto dinheiro para adquirir peças de marcas e/ou sofisticadas.

É claro que isso são os valores ideais, entretanto para o ciclo de funcionamento, a fornecedora ideal é aquela que tem valores consumistas, porque só num ritmo de consumo acelerado seria possível fornecer itens da “moda” ainda em tempo de serem revendidos.

A franquia Peça Rara não é focada em bens de longa duração, nas araras já é possível encontrar peças da marca Shein, a polêmica varejista chinesa de *fast fashion* que cresceu durante o período de pandemia (2019-2021) e que acumula casos de roubo de propriedade intelectual⁸⁴ e trabalho análogo a escravidão⁸⁵. Aspectos que estão na contramão da sustentabilidade e/ou da ética nos negócios, que envolve a sustentabilidade socioambiental.

A franquia Peça Rara Brechó possui o Instituto Eu Sou Peça Rara. As peças que não forem selecionadas durante a avaliação para serem vendidas, podem ser doadas para o Instituto, que ajuda pessoas em situação de vulnerabilidade através de instituições parceiras. O próprio brechó também organiza bazares beneficentes para apoiar outras instituições.

⁸³ Saiba mais sobre como se tornar um fornecedor peça rara <https://site.pecararabrecho.com.br/fornecedores/> Acesso em 10/03/2023.

⁸⁴ Shein, a marca chinesa acusada de plágio que 'explodiu' de mão dada com influencers: <https://www.cmjornal.pt/mundo/detalhe/shein-a-marca-chinesa-acusada-de-plagio-que-explodiu-de-mao-dada-com-influencers> Acesso em 10/03/2023.

⁸⁵ Funcionários da Shein recebem menos de 1 centavo por peça trabalhando 18 horas por dia, diz novo documentário: <https://vogue.globo.com/vogue-negocios/noticia/2022/10/funcionarios-da-shein-recebem-menos-de-1-centavo-peca-e-trabalham-18-horas-por-dia-diz-site.ghtml> Acesso em 10/03/2023.

O projeto arquitetônico segue também o padrão da franquia, uma loja grande e bem iluminada, com frases decorando as paredes. Logo na entrada é possível perceber a divisão entre o setor de artigos infantis, que fica na entrada da loja e o setor feminino ao fundo; no setor infantil é visível a diversidade de tipos de produtos, roupas para ambos os gêneros, sapatos, brinquedos, livros e acessórios como berços, carrinhos de bebê, cadeirinhas e afins. (Fotos 34 e 35)

Foto 35 – Vista da entrada e setor infantil – Peça Rara Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 36– Destaque para itens infantis a direita, na entrada da loja – Peça Rara Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

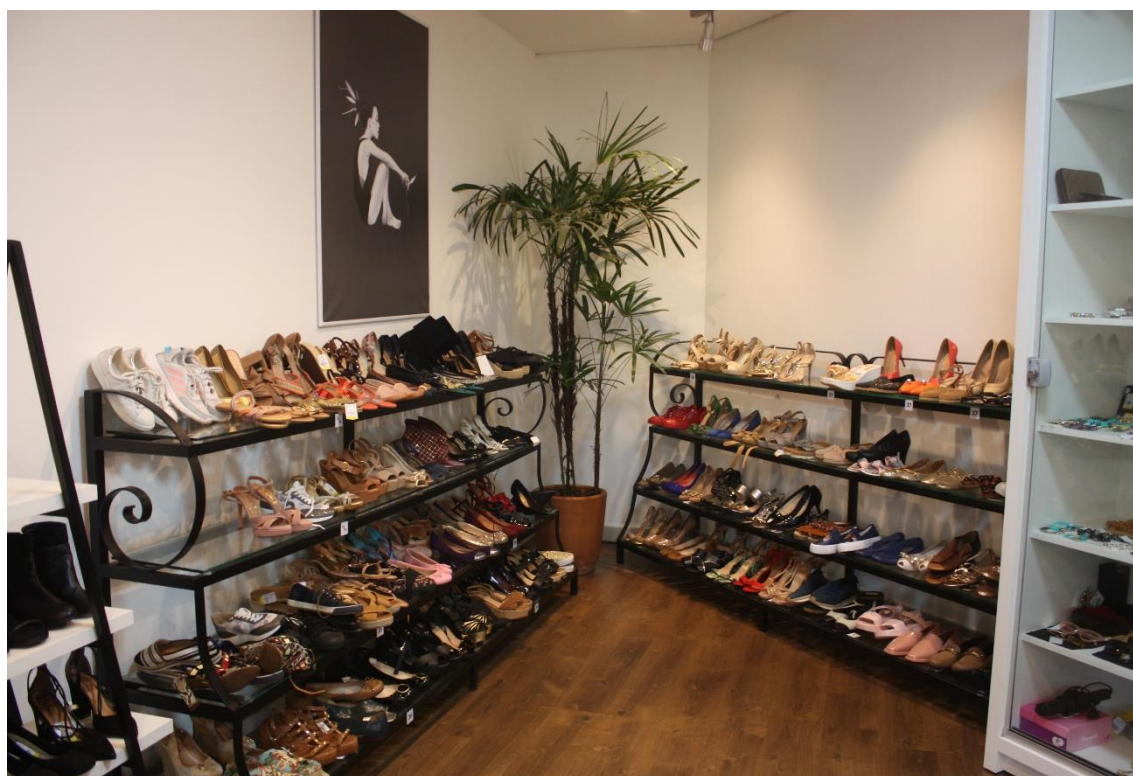
No setor feminino, as peças são organizadas por tipos e tamanhos, então são dispostas araras de calças organizadas do menor tamanho ao maior tamanho e assim se repete com todos os outros tipos de peças, existe também um espaço reservado para sapatos, bolsas e acessórios variados, os preços são diversos e dependem do valor de mercado de algumas peças. No dia 21 de maio de 2022 estive na loja para conversar com a proprietária, que me autorizou realizar os registros fotográficos do local, onde também realizei o processo de observação. (Fotos 36, 37, 38, 39 e 40)

Foto 37 – Vista lateral: destaque para a arara de blusas femininas – Peça Rara Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 38 – Sapatos e acessórios em destaque – Peça Rara Brechó



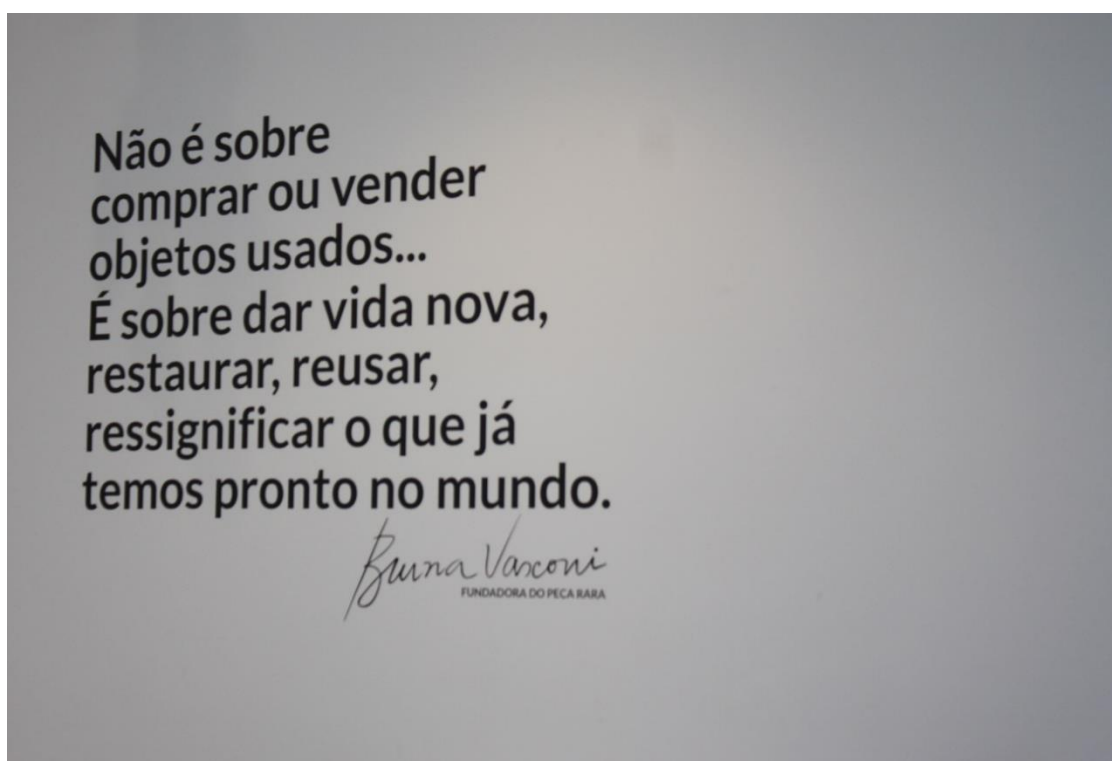
Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 39 – Roupas femininas separadas por biombo destaque para blusas e casacos -
Peça Rara Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 40 – Frase da fundadora da franquia decora o ambiente – Peça Rara Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

Foto 41 – Destaque para Acessórios – Peça Rara Brechó



Autora: CARDOSO, 2022.

A categoria 03 é a que possui maior aporte tecnológico, seja de *hardware* ou *software*, todas as franquias Peça Rara possuem um *totem* de atendimento, para que o fornecedor de artigos possa checar seu saldo, pois quando você se torna uma fornecedora é aberta uma conta da franquia onde os valores a receber podem ser usados diretamente na loja ou retirados.

Durante a pesquisa, em um brechó da categoria 01, ouvi um diálogo no balcão de pagamento, a consumidora estava relatando que estava ali comprando roupa para que o marido usasse em seu trabalho na fazenda e ela obteve um comentário de confirmação da responsável do caixa, como se aquele fosse um motivo comum dos consumidores do local. Em contraposição, quando estava observando o “Peça Rara Brechó”, ouvi uma outra motivação, no balcão do caixa, a consumidora queria saber quando chegaria roupas novas de bebê, porque sua filha queria mais roupinhas para sua boneca *reborn*, esse estilo de boneca tem aparência extremamente realista e o trabalho de confecção é manual e artesanal, uma boneca desse tipo tem um preço relativamente alto comparado a uma boneca comum. Acredito que esses dois diálogos demarcam bem a diferença de público,

entre quem consome no brechó da categoria 01 e quem consome no brechó da Categoria 03.

Todos os brechós visitados, fotografados e descritos aqui, permitiram as ações realizadas pelo trabalho de campo mediante termo de ciência, consentimento e autorização assinado durante a visita. Outros brechós da cidade foram procurados para participar e aqui não constam aqueles que ou não responderam o contato ou responderam e negaram a participação. Todavia, todos os brechós já listados no início do capítulo estão pontuados no mapa e foram contatados.

3. Algumas ideias conclusivas e outras nem tanto ...

Quando esse processo de pesquisa teve início era ainda 2017 e a elaboração do projeto passou por algumas mudanças que vieram junto com as experiências que o curso de Geografia proporcionava, mas também a militância do movimento estudantil, partidário, social e o debate acadêmico. Nesse processo formativo, em que um conjunto de experiências se misturavam, sob políticas como o PIBID⁸⁶ ou PIBIC⁸⁷, a realização de uma pesquisa de conclusão de curso não parecia algo difícil de realizar.

Sob quatro anos pesquisando políticas educacionais e formação de professores de geografia, a primeira ideia era que seria importante mudar a temática, embora não a orientação. Participante do grupo de pesquisa PPODER⁸⁸, coordenado e orientado pela Professora Doutora Silvana de Abreu, desde o ingresso no curso em 2016, acordamos que outras temáticas eram possíveis. A primeira proposta era pesquisar os estudantes indígenas no curso de geografia. A UFGD desde sua criação havia criado o curso de formação de professores indígenas (Teko Arandu/FAIND/UFGD) exclusivamente para indígenas Kaiowá e Guarani. Contudo, com as cotas de escola pública, desde 2012⁸⁹, cursos de licenciatura, sobretudo, passaram a receber muitos estudantes indígenas, de diferentes etnias, inclusive Kaiowá e Guarani, e isso era significativo e visualmente impactante no curso de Geografia da UFGD. Imaginamos que pudesse ser um tema a ser trabalhado.

Na verdade, na perspectiva da orientação, professora Silvana de Abreu, era uma “costura” que de alguma forma também transitava pela análise da formação de

⁸⁶ Não cheguei a ser bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação à Docência – PIBID, mas foi a minha primeira oportunidade de expansão dos horizontes, logo que fui aprovada para participar do subprojeto de Geografia no final de 2016 já ingressei no PIBIC-UFGD.

⁸⁷ Fui bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica – PIBIC/UFGD de agosto de 2016 a julho 2019, tendo concluído 3 projetos: “O projeto PIBID Geografia/UFGD e as diferentes linguagens utilizadas e ressignificadas pelos acadêmicos bolsistas para realização das intervenções nos espaços escolares: teoria e prática”, “O projeto PIBID Geografia/UFGD e as diferentes linguagens utilizadas e (res)significadas pelos acadêmicos bolsistas: uma análise dos temas e abordagens apresentadas nas feiras do conhecimento nas escolas estaduais “Floriano Viegas de Figueiredo” e “Alício de Araújo” e “O projeto PIBID Geografia/UFGD na “visão” de estudantes e gestores nas escolas parceiras (2016-2018): entre conceitos produzidos e saberes pretendidos”. Todos os relatórios concluídos foram publicados como artigos, resumos, resumos expandidos e relatos de experiência em eventos nacionais e internacionais.

⁸⁸ Planejamento, Políticas Públicas e Desenvolvimento Regional - PPODER ver mais no link: <http://dgp.cnpq.br/dgp/espelhogrupo/20751> Acesso em 19 de abril de 2023.

⁸⁹ Lei nº 12.711/2012.

professores de geografia, em meio a Políticas Públicas inclusivas e em movimento desde o ano de 2003, quando no governo do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2006, 2007-2010) e que teria continuidade com a Presidenta Dilma Roussef (2011-2015, 2015-agosto de 2016).

Com o Golpe de 2016 o que se observou foi o “desmonte”, iniciado com *impeachment* da presidenta eleita para seu segundo mandato, a assunção do cargo, pelo então vice-presidente, que passaria a presidente, Michel Temer e o conjunto de redirecionamento de políticas neoliberais disso decorrente: PEC do Teto de Gastos (PEC 55/2016 – EC95/2016); MP do novo ensino médio (Medida Provisória nº 746, de 22 de setembro de 2016); a ordem do dia era corte de gastos e precarização, a autonomia do professor sendo cotidianamente minada, organizações como o Escola Sem Partido ganharam espaço e tiveram suas vozes amplificadas por parlamentares conservadores, propostas como o PL da “Lei da Mordaza” Projetos de Lei como a 8.242/2016, se espalharam pelas câmaras e assembleias legislativas.

Essas e muitas outras ações daquele governo conduziram ao desfecho das mobilizações populares e a demonização dos movimentos sociais de resistência, dos partidos políticos de esquerda, sem falar nos escândalos de corrupção envolvendo políticos e empresários, “assoreando” a classe política, em um movimento que conduziu ao surgimento de *outsiders* como (por exemplo) o governador Joao Dória, eleito prefeito (2016) e antes de terminar o mandato, também governador (2018) em São Paulo.

Outro movimento advindo desse mesmo processo foi a ascensão meteórica de Jair Messias Bolsonaro, que era um deputado inexpressivo e que por isso aparecia como contraponto da política, mesmo tendo feito da política, negócio de família. Com financiamento externo e robôs, fez do pânico social sua plataforma política, acabou eleito sem participar de qualquer debate, após uma facada (jamais esclarecida), mas principalmente após a prisão de Luiz Inácio Lula da Silva (07 de abril de 2018) que tinha preferência disparada do eleitorado e foi proibido de concorrer a eleição. Com o presidente Jair Bolsonaro (2019-2022), os movimentos da extrema-direita, aliados ao submundo das forças armadas (sobretudo defensores e participantes da ditadura militar (1964-1984)) conduziram o país por quatro anos, em meio a constantes ataques, verbais e políticos, mas também ao isolamento mundial, consolidando ideias integracionistas e patrióticas, negacionistas, além de práticas antidemocráticas que culminavam em constantes movimentos e ameaças de golpes, durante todo o tempo de seu mandato.

O fato é que a mudança de contexto político nacional e local (desde o ingresso no curso em 2016) e o envolvimento com os movimentos político-sociais levaram a outras reflexões e práxis, motivo pelo qual optamos por adiar a finalização da graduação em meio a mudanças na própria temática, que passaria a estar permeada pelas relações objetivas de vida e resistência dos sujeitos que historicamente viveram sob dificuldades econômicas, mas que pós Golpe de 2016, com mudanças na política de salário mínimo, cortes nas políticas que garantiam investimentos em educação e saúde, viram as condições de existência piorar.

Nesse contexto foi que elaboramos o projeto de pesquisa da disciplina de Geografia das Indústrias (2018), com foco na indústria de vestimentas e sua dupla dimensão de acumulação, possibilitada pelo “reuso” garantido pelo mercado de roupas de segunda-mão, sob discursos mitigadores da demanda socioambiental, além da demanda por custos mais baratos em função da renda.

De todo modo, já em 2023, retomadas as esperanças com o início de um novo mandato do governo nacional, com a eleição de “Lula” (2023-2026), com o fim da intervenção na reitoria da UFGD⁹⁰ e a constatação de que vivemos em um país absolutamente conservador, chega-se ao fechamento dessa pesquisa, incorporando a experiência de ter vivido uma pandemia e conseguindo mensurar os seu impactos no Brasil, com mais de 700 mil mortes, sob um Governo acusado de genocídio e reconhecido mundialmente como representante de ideias e práticas políticas ultraconservadoras e antidemocráticas.

Para os que sobreviveram é certo dizer que restou terra arrasada, uma política econômica que mantém os privilégios dos mais ricos e colocou milhares de brasileiros e brasileiras abaixo da linha da pobreza. A esses sujeitos restou “fila do osso e do pé de frango”, o retrato de um “Brasil” sangrando e abandonado para morrer.

⁹⁰ Para algumas pessoas a troca de personagens no cenário político chega a ser desimportante, mas para pessoas que estão diretamente ligadas a Instituições Públicas, toda e qualquer alteração na correlação de forças tem impacto significativo, a ascensão de Bolsonaro a presidência fez da UFGD, uma universidade criada por um programa de interiorização das Universidades Federais, um laboratório experimental, a UFGD foi a única universidade do país a ter uma nomeação para o cargo da Reitoria feita fora da Lista Tríplice, o desrespeito escancarado pela autonomia universitária e pela decisão da maioria, processo que foi amplamente apoiado por setores conservadores, base política do ex-presidente, e como se não bastasse uma indicação, a UFGD passou por dois interventores, que mancharam sua trajetória profissional e serão sempre lembrados por contribuir com um projeto de destruição das Universidades Públicas.

Não é atoa que a pesquisa detectou que há um crescimento significativo de Brechós em Dourados (MS), sobretudo a partir de 2019. Destaca-se que em 1980 até 2014, havia 01 Brechó (chegou a ter 2), de 2015 até 2018 eram seis (06). Em 2019 (17); 2020 (22); 2021 (13). O movimento de crescimento desse segmento não é isolado e tem algumas ideias fundamentais a serem consideradas.

Uma está relacionada com o uso das redes sociais como perfis para venda de “roupas de desapego” e que invariavelmente acabam se materializando em lojas físicas (ou não). Outra está relacionada com o chamado “consumo consciente”. O aumento de estabelecimentos, já em 2015, pode refletir esse cenário nacional, pois as redes sociais operaram fortemente, crescendo 400%, entre 2010 e 2015, segundo Aguilera (2019), o que sinaliza para o crescimento do setor, no Brasil e também em Dourados.

Junto com brechós, consumo consciente, roupa barata, roupa usada, as buscas pelas redes indicaram milhões de buscas e em julho de 2021, por exemplo, apenas o termo brechó teve mais de cinco milhões de publicações. Aspectos que corroboram com nossa análise de que o movimento de empobrecimento da população, desde 2016 (piorando sobremaneira com o governo Bolsonaro), conduz para a busca por sobrevivência, seja para aqueles que passam a comercializar, sejam para aqueles que consomem (ou passam a consumir) as chamadas “roupas usadas” e/ou “de defuntos”.

3.1. O que não parecia tão difícil, também não era nada fácil: os percalços do caminho e redirecionamentos necessários.

Esse trabalho aconteceu sob algumas dificuldades metodológicas e isso certamente deveu-se, entre outros fatores, porque trabalhar com um objeto de pesquisa novo dentro da ciência geográfica mostrou-se ser um grande desafio. Uma evidência disso veio logo com as pesquisas bibliográficas realizadas; boa parte das contribuições que viemos utilizar foram encontradas em outras áreas das ciências humanas. Sobre o tema, especificamente, pouquíssimos são os trabalhos sobre brechós, contudo, todos os que foram encontrados, foram categorizados, o que exigiu um trânsito entre áreas de conhecimento comuns.

Assim, espera-se que esse trabalho possa contribuir para a geografia de modo a valorizar os estudos voltados para o mercado de roupas usadas, que hoje tem se colocado

como uma das estratégias de mitigação de danos e impactos ambientais causados pelo sistema têxtil e de confecção no Brasil e no mundo.

Outras dificuldades que enfrentamos para a elaboração desse trabalho foi a pandemia de covid-19, com os efeitos do *lockdown* e instabilidade nos funcionamentos dos estabelecimentos da cidade, o trabalho de campo presencial foi afetado diretamente.

Parte essencial da metodologia elaborada era o levantamento de informações sobre os brechós que existiam efetivamente na cidade, de modo que os resultados só poderiam ser vistoriados *in loco*. O período da pandemia de Covid-19 no Brasil foi deflagrado em março de 2020 e só começou a arrefecer a partir da criação da vacina para a doença e vacinação em massa da população. Ainda que no Brasil, da parte do governo federal, especialmente, tenha havido total desmobilização para *lockdown*, a realização de abordagens e entrevistas ficaram prejudicadas e o trabalho se arrastou.

Neste contexto, já em 2021-2022 é que foi possível a efetivação do planejamento do trabalho de campo presencial e foi quando efetivaram-se as visitas nos locais para observação. Assim, foram necessárias mudanças.

Se inicialmente se imaginava dialogar com os proprietários sobre o mercado de roupas de segunda-mão e traçar o perfil dos proprietários e, também, entrevistar os consumidores diretamente, desejando compreender as motivações e o perfil dos consumidores, logo se pode perceber que não seria possível. De um lado, porque o tempo de realização da pesquisa para efeito de cumprimento dos prazos de encerramento do curso já estava se esgotando e, segundo, porque haveria que se construir relações de confiança difíceis de se realizar, uma vez que a pesquisa demonstrou que a maioria (80%) dos brechós estão na informalidade (ver ponto 3.1 do trabalho). Sobre os procedimentos metodológicos realizados, dialogamos basicamente com os consumidores sob duas estruturas formalizadas. A primeira, aconteceu via questionário online, em 2019 e depois, em 2022, por meio de entrevista presencial realizada durante a realização da 10ª edição da Feira O Balaio, realizada nos dias 07 e 08 de maio de 2022, em Dourados-MS.

Dos dados levantados e análise realizada nos dois diferentes momentos e sob também diferentes formas, os resultados encontrados acerca do perfil dos consumidores não são divergentes, antes pelo contrário. Nas duas pesquisas de perfil dos consumidores é possível encontrar muitas semelhanças: a maioria é de mulheres jovens, com idade entre os 20-25 anos, com acesso ao nível superior de ensino. Ainda, constatou-se ser um público

qualificado e que privilegia suas escolhas com base na relação custo-benefício, mas também nas questões que tangenciam o consumo sustentável.

Todavia, observou-se, na entrevista presencial, outros elementos identificados que permitiu unir à análise, o nível de escolaridade, as profissões e também destacar bairros de moradia desses consumidores, assim como qual a frequência com que consomem no mercado de segunda-mão e como realizam seus pagamentos.

Considerando os motivos pelos quais esses consumidores adquirem produtos em lojas físicas e/ou feiras, observa-se que a principal motivação de compra é o preço dos produtos, seguido pela estética e estilo das peças. É interessante notar o aumento proporcional da motivação de apoio ao comércio local e pequenos empreendedores, o que pode ser relacionado ao local da pesquisa, uma vez que os participantes estavam prestigiando os expositores da feira, em sua maioria pequenos negócios, mas é uma ideia que não passou em branco na pesquisa online, mesmo que em menor proporção. A preferência por lojas físicas também é relevante para a análise, já que a procura por plataformas digitais de compras foi mínima. Além disso, a maioria relatou comprar em brechós no máximo duas vezes por ano, com frequência de uma vez a cada três meses. Nessa perspectiva os entrevistados demonstram-se confiantes que contribuem para a construção de um perfil de consumo mais consciente.

Visando dar visibilidade ao perfil dos consumidores organizamos no decorrer do trabalho vários gráficos, mas também buscou-se sistematizar, a partir do questionário online, entrevista presencial e das observações realizadas nos brechós, os diferentes tipos de consumidores encontrados. Veja-se a seguir:

1) Consumidores conscientes: aqueles que buscam opções mais sustentáveis e econômicas para o seu guarda-roupa, evitando o consumo excessivo e o desperdício. Esse perfil de consumidor apareceu em 13% da entrevista online e citada 44 vezes durante a entrevista presencial.

2) Consumidores coletores e revendedores: são consumidores de brechó profissionais, que compram roupas usadas de diversas fontes (como brechós e bazares), selecionam e organizam as peças e as revendem em suas próprias lojas ou pela internet (redes sociais). Os proprietários dos brechós da Categoria 02 atendem esse perfil, pois realizam essa atividade para abastecer os próprios negócios, comprando em brechós da Categoria 01 da cidade ou em outras cidades, mas também se abastecem na forma de consignado.

Daqueles que foram visitados, observa-se que a “pegada ambiental” é utilizada para atender as diferenças, envolvendo não apenas o discurso de consumo consciente como também, em alguns casos, atendendo o debate histórico-cultural que envolve a sexualidade e gênero. É o caso de estabelecimentos que vendem roupas masculinas para atender um consumidor singular (não-binário), normalmente não atendido nas lojas de artigos novos, já que há normatização e normalização de uma dualidade binária de gênero na nossa sociedade.

3) Consumidores de baixa renda: são as pessoas de baixa renda que compram roupas usadas como alternativa aos preços elevados do mercado formal, aproveitando opções mais acessíveis e viáveis para o seu orçamento. Esse perfil compareceu em vários momentos durante as observações realizadas *in loco*. Sendo, de fato, a motivação mais significativa para justificar comprar roupas usadas. Pelo menos 46% das respostas do questionário online apresentam a busca por itens mais baratos como primeiro motivo para comprar roupas de segunda-mão e a motivação de compra em decorrência dos preços baixos compareceu em 67 citações durante as entrevistas presenciais.

Não é à toa que a pesquisa demonstrou que são pessoas de baixa renda aquelas que mais compram no mercado de roupas de segunda-mão. Refletindo sobre os perfis encontrados em Dourados-MS, de acordo com uma pesquisa publicada em 2019 pelo Sebrae Nacional e pelo Enjoei, plataforma online de compra e venda de produtos usados, o mercado de moda consciente (que inclui roupas usadas, brechós e sustentáveis) movimenta cerca de R\$ 2,5 bilhões por ano no país.

Esse mercado é composto principalmente por mulheres jovens, entre 18 e 34 anos, que buscam peças mais exclusivas e sustentáveis, além de preços mais acessíveis. Outro público importante são os adeptos da moda vintage, que valorizam a história das peças e seu valor histórico. Veja-se que nossa pesquisa colabora com essa análise nacional.

Além disso, com a crescente preocupação com a sustentabilidade e a redução de impactos ambientais, muitos consumidores estão optando por roupas usadas como uma forma de consumo consciente e responsável. Mas também o marketing do segmento já vem incorporando esse discurso que atrai um público específico, como estudantes, por exemplo, mas que também pertencem as camadas menos abastadas da sociedade, como demonstramos na pesquisa sobre a renda, mas também sobre o perfil profissional dos

respondentes. Todavia, certamente não dá para fechar que existe apenas esses 3 perfis de consumidores.

Mesmo a entrevista realizada durante a maior feira de empreendedorismo criativo e artesanato de Dourados (MS), com mais de 101 entrevistados, não foi possível suprir a necessidade do encontro com o todo dos perfis consumidores do seguimento na cidade. Nem sempre durante o processo de planejamento e realização conseguimos atingir o todo que pensamos, mas os resultados nos comprovam até onde foi possível chegar. Sobre o perfil encontrado, o que é possível concluir? É exatamente a questão busca e ao mesmo tempo o limite que atingimos.

Na busca por explicações para compreender as relações (e contradições) que envolvem o mercado de roupas usadas, encontramos na teoria dos (dois) circuitos da economia urbana proposta pelo geógrafo brasileiro Milton Santos, arcabouço teórico que deu suporte para a categorização da realidade material dos brechós em Dourados-MS. A teoria de Santos (2008 [1979]), analisa a dinâmica das cidades considerando a interação entre os chamados circuitos econômicos, superior e inferior.

Cada circuito se define por: 1- o conjunto das atividades realizadas em certo contexto e 2- o setor da população que se liga a ele essencialmente pelo trabalho e pelo consumo.

O circuito superior, refere-se a uma parte do sistema econômico da cidade que concentra atividades produtivas de maior valor agregado, geralmente associadas ao setor terciário, como serviços financeiros, comércio de luxo, indústria de alta tecnologia, entre outros. Essas atividades são caracterizadas por sua alta especialização, concentração de capital e acesso a recursos e tecnologias avançadas, sendo direcionadas a uma elite econômica e consumidora. Na dinâmica dos circuitos, comparece a existência do circuito superior marginal, em que se materializa a coexistência de tecnologias e organizações diferentes, a diferença fundamental entre as atividades do circuito inferior e as do circuito superior está baseada nas diferenças de tecnologia e de organização.

O círculo inferior é formado por atividades produtivas que não geram grande superávit econômico, como é o caso de comércio ambulante, prestação de serviços informais e produção artesanal. Essas atividades são realizadas principalmente por trabalhadores pobres e marginalizados que vivem quase sempre em áreas periurbanas.

O circuito inferior é caracterizado por condições precárias de trabalho, insegurança no trabalho e baixos salários ou mesmo nenhum, já que em grande parte as relações são familiares. Além disso, a produção é pensada para atender às necessidades imediatas dos consumidores locais, sem grandes perspectivas de crescimento ou expansão. Segundo Santos (2008 [1979]), a desaceleração da economia urbana está diretamente relacionada à exclusão social e à segregação espacial urbana. O acesso às oportunidades econômicas e sociais é limitado aos indivíduos que participam do círculo econômico superior, formado por empresas e indústrias de alto valor agregado e concentradas em áreas centrais e privilegiadas da cidade.

Nesse sentido elaborou-se então uma categorização dos brechós ativos de Dourados (MS), em pelo menos 03 Categorias como segue:

A Categoria 01 é composta pelos Brechós que são mais antigos são aqueles que estão enraizados no imaginário social, com representações estéticas ligadas a locais amplos, galpões, com pouca luminosidade, grandes amontoados de roupas antigas, com condições de limpeza precárias, muita poeira e cheiro de “coisa velha”, que ficou guardada por séculos.

A Categoria 02 é composta por Brechós que adicionaram alguns elementos do modelo de negócio de venda de novos e não do segmento de usados, ou seja, trouxeram a aparência de lojas convencionais modernas, na tentativa de atrair um público mais qualificado, não apenas o “miserável” que normalmente vai comprar qualquer roupa, desde que seja mais barata. Além disso, visa alterar o imaginário popular, carregado de preconceito e estereótipos sobre como são esses locais e de onde vem as peças que são vendidas. A ideia de “roupa defunto” fica diluída em meio a araras organizadas por tamanhos, cores e aroma de roupa higienizada.

A Categoria 03 são franquias nacionais de brechós, negócios formalizados e com estruturas verticalizadas, com pouco enfoque na palavra brechó, inserindo outras concepções, como a de moda circular e economia sustentável. São modelos de negócio baseados em alta rotatividade de peças e estoques em escala maior, lojas grandes, bem iluminadas e tecnologicamente estruturada, desde o acervo catalogado, passando pelo atendimento dos fornecedores (em geral os próprios clientes), formas de pagamento, o que demonstra e justifica o capital necessário para sua montagem e manutenção.

É possível concluir que nenhuma das Categorias apresentadas é estática e os Brechós que estão numa categoria não são todos exatamente iguais entre si, mas compartilham de elementos semelhantes que os fazem pertencer a uma ou outra Categoria.

As três categorias estão espalhadas pela cidade, tendo suas concentrações em alguns pontos relevantes. A maior concentração de Brechós está localizada dentro do bairro “Centro” da cidade de Dourados-MS, sendo cinco da categoria 01, cinco da categoria 02 e dois da categoria 03, totalizando 12 brechós ao todo no bairro.

As duas franquias da categoria 03, se posicionam na área central, como ficou demonstrado. As motivações para a escolha de uma localização central são óbvias, no sentido de ser um ponto da cidade com mais movimento e onde se concentra o comércio local. Misturadas entre as lojas convencionais de artigos novos, são poucos que percebem serem estabelecimentos de mercadoria de segunda-mão.

A pesquisa também permitiu a construção de uma espacialização dos brechós em Dourados, representados pelo Mapa 02 e debatidos no terceiro capítulo. Dos dados levantados entre 1980 até maio de 2022. Foram identificados 89 empreendimentos voltados para o mercado de segunda-mão em Dourados-MS, dentre os quais 44 estiveram ativos até maio de 2022, ao final do levantamento de dados. Deste total de 44 brechós, 36 deles estão no comércio em loja física e com base nesses dados realizamos a elaboração do Mapa 02 que além de localizar os estabelecimentos nos permite algumas leituras sobre essa espacialização, que acabou qualificada com o trabalho de campo, sobretudo as visitas realizadas a 09 brechós no período correspondente a março e junho de 2022.

Dos 36 brechós que constam no Mapa 02, nove (9) que compuseram o trabalho de campo representam 25%, tendo sido visitado 03 (21%) brechós dos 14 da categoria 01, dos 20 brechós da categoria 02, visitou-se 5 (25%) e dos 02 da categoria 03, foi visitado 01 (50%). Observa-se que estão distribuídos em sua maioria ao Sul da principal avenida da cidade que é a Avenida Marcelino Pires; uma via arterial considerada como uma das mais importantes da cidade, que corta a cidade no sentido Leste/Oeste, quase ao meio.

Esse não é um fenômeno aleatório já que, como abordado, há diferenciação nos preços da terra urbana douradense, ao Norte e ao Sul da “Marcelino”, condição que aprofunda a diferenciação sócio espacial e estimula práticas especulativas. Estar ao Norte

ou ao Sul pode ser indicativo de condição social, quando se trata de moradia e até mesmo de localização de ponto comercial.

No Mapa 02 organizado a partir dessa pesquisa, é visível uma concentração dos Brechós na porção Sul da Avenida Marcelino Pires (ainda que com certa concentração no Centro). Sobretudo porque ao Sul estão concentrados os bairros de classes menos abastadas, como é o caso do Jardim Água Boa, que é o segundo bairro de maior concentração dos brechós na cidade, perdendo apenas para o Centro.

O registro fotográfico dos estabelecimentos que concederam autorização para visita permite apresentar as diferenças entre os brechós de cada uma das 03 categorias organizada neste trabalho. As visitas aconteceram apenas com aqueles proprietários que responderam positivamente ao contato, que foi feito pessoalmente ou através de mensagem.

Nos brechós da Categoria 01, como existem limitações de ordem tecnológica os contatos foram realizados 100% de forma presencial, com no mínimo uma semana de antecedência. O diálogo com os proprietários, para além da autorização, era importante para explicitar a proposta do trabalho e como as fotos seriam utilizadas no desenvolvimento do projeto. Nos brechós da categoria 02 e 03 o contato foi mediado pelo *WhatsApp* ou Instagram, com a data confirmada foi só ir até o local e realizar os registros.

Evidentemente não foi possível contatar todos os brechós, de modo que se buscou, após a confirmação de cada ponto por GPS, aqueles que representassem “visualmente” as suas categorias. Foi interessante perceber que em maioria expressiva foram receptivos quanto a ideia de um trabalho de divulgação dos brechós. Sobretudo porque é efetivamente uma atividade “invisível”, muitas vezes mal vista.

Assim, o Mapa 02 demonstra pelo menos 3 situações principais e que refletem a espacialização do mercado de roupas usadas em Dourados-MS: 1º) Os brechós de Dourados estão concentrados no bairro “Centro”, o que representa 30% do total (11 brechós); 2º) Há uma distribuição concentrada de brechós (13%) no bairro “Água Boa”, justamente na parte Sul da Cidade; 3º) Há uma distribuição longilínea (ao longo) na Avenida Marcelino Pires, que parte da região central em direção a parte Leste da cidade, região próxima as bordas da cidade, onde estão localizados os bairros mais periféricos, que concentram (05 brechós) 13 % dos brechós.

Realizando um olhar do “todo”, que é a espacialização dos brechós em Dourados (MS), considerando as categorias aqui organizadas, percebe-se que as três categorias acabam por seguir uma linha também cronológica, tendo com certeza influências do momento histórico que as acolhe. Nesse sentido poder-se-ia perguntar: é possível dizer que os brechós foram mais uma das formas sociais que passaram por um processo de higienização?

A franquia Peça Rara Brechó, por exemplo, tem como garota propaganda a atriz brasileira Deborah Secco, conhecida por atuar em novelas da Rede Globo, maior emissora de televisão do Brasil, a plataforma Gringa⁹¹, que se intitula como um “*recommerce*” de acessórios de luxo, foi criada por Fiorella Mattheis, atriz, apresentadora e empresária brasileira e tem uma seleção de “*influencers*” no *hall* da marca, que hoje faz parte do Enjoei, empresa que possui plataforma online de compra e vendas de itens usados.

Uma das reflexões que amplamente são utilizadas é a de “tornar o mercado de luxo mais acessível”. Isso quer dizer, que a despeito do discurso de reuso poder ser associado ao consumo consciente, sobretudo as franquias, tem um histórico mais vinculado a possibilidade de inserir consumidores potenciais, que não tem poder aquisitivo elevado, mas que desejam usar marcas caras, ainda que de segunda-mão. Voltamos a questão da reflexão apontada anteriormente: A quem é acessível o mercado de luxo?

Nesse sentido, se isso é um “luxo”, não é para todos os perfis de consumidores do segmento, mas apenas para aquela consumidora que já é consumista, adquire peças por luxo e não por necessidade e que consegue, inclusive, realizar algumas trocas, deixando suas peças usadas para trocar por outras, na forma de consignação, por exemplo.

Uma piada pronta é que as madames entram com suas sacolas, levando suas roupas para vender, e saem envergonhadas com as mesmas sacolas, cheias de roupas alheias adquiridas a preços muito mais baixos do que custariam novas. Nesse caso, sobretudo, o consumismo como padrão de consumo se mante estimulado, além de se promover re-acumulação e redobrar a exploração do trabalho, garantido pela re-comercialização. Certo é que não se trata de reduzir o impacto ambiental.

⁹¹ Para conhecer mais sobre a plataforma <https://gringa.com.br/collections/influencers> Acesso em 23/01/2023.

São perceptíveis elementos que aproximam os brechós da Categoria 02 e os que os distanciam da Categoria 01, entretanto, no ponto “de onde veio minha roupa?” ainda existe um campo a ser descoberto, seja através dessa linha de distribuição Paraguai-Brasil/Ponta-Porã-*Pedro Juan Caballero* ou por meio de outras rotas comerciais.

O que se diria ideal é que existisse um equilíbrio na produção de coisas novas com a revenda ou *upcycling*, então que as taxas de produção de peças novas diminuíssem enquanto o “*recommerce*” aumentasse, isso se o “canto da sereia” das grandes corporações, que vendem a ideia de que está tudo bem com a existência e o mercado de venda de itens usados fosse realmente real.

O fato é que os números mostram que na verdade as taxas de produção de itens novos se superam a cada ano⁹² e o grande capital usa da ideia de sustentabilidade socioambiental para se adequar de alguma forma as novas demandas de reparação da destruição global, que devasta o planeta e empilha os bens naturais da humanidade para produzir pilhas de mercadorias.

Como resultado, as desigualdades socioeconômicas e a marginalização dos trabalhadores da base se perpetuam, dificultando o desenvolvimento de políticas públicas efetivas para reduzir a desigualdade e promover a inclusão social.

Este não é com certeza um trabalho sobre discursos fáceis, muito menos conveniente e prontos, mas não deixa de trazer à tona as consequências e os resultados de uma estrutura de produção que (des)humaniza, contraditoriamente, na medida em explora trabalhadoras e trabalhadores, podendo fazê-lo, no caso da indústria de vestimentas e o mercado de roupas usadas, mais de uma vez, realizando tantas quantas vezes for possível, a mais-valia.

Segundo dados disponibilizados pela ABIT (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confeção), o Brasil é a maior cadeia têxtil completa do Ocidente, possuindo desde a produção das fibras (produção de algodão, por exemplo) até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo. A cadeia ainda emprega 1,5 milhão de trabalhadores diretos e cerca de 8 milhões de indiretos, dos

⁹² Segundo a Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confeção (Abit), a indústria têxtil e de confecção teve faturamento estimado de R\$ 194 bilhões em 2021. Na comparação com 2020, a produção dos têxteis (insumos) aumentou 12,1% e das confecções, 15,1%. O varejo de roupas cresceu 16,9%. Ver mais em: <https://www.abit.org.br/noticias/industria-textil-e-de-confeccao-faturou-r-194-bilhoes-em-2021> Acesso em 19 de abril de 2023.

quais 75% são de mão de obra feminina, sendo o segundo maior empregador da indústria de transformação, representando 16,7% dos empregos formais e 5,7% do faturamento da Indústria de Transformação.

A Associação em questão tem atuado pela “modernização” da legislação trabalhista, no Relatório de Atividades Abit 2020 e um dos principais assuntos tratados com o Legislativo, no Congresso Nacional, foi pela aprovação de medidas para a flexibilização de regras trabalhistas durante o período de calamidade da Covid-19. Contudo, a defesa da pauta não se restringe só ao momento da pandemia, a Abit atuou pela aprovação da Reforma Trabalhista, em 2017, argumentando em defesa do setor de confecção, que emprega trabalhadores em maior quantidade na cadeia de produção, setor menos automatizado/mecanizado e parte do processo com mais incidência de ilegalidades e violações de direitos humanos e trabalhistas.

Algumas empresas e organizações podem adotar estratégias de proteção ambiental como parte de suas estratégias de negócios, dentro do sistema capitalista. Essas estratégias podem ser motivadas por uma série de fatores, incluindo a demanda dos consumidores por produtos e serviços mais sustentáveis, regulamentações governamentais, pressão da sociedade civil, oportunidades de marketing e necessidade de gerenciar riscos.

Para algumas empresas, a adoção de práticas sustentáveis pode ser uma forma de manter sua viabilidade econômica a longo prazo, demonstrando responsabilidade socioambiental e atendendo às expectativas dos consumidores. Além disso, as regulamentações governamentais cada vez mais rigorosas em relação às questões ambientais podem exigir que as empresas adotem medidas de proteção ambiental para cumprir as leis e evitar multas.

Embora a ideia de parar de produzir roupas novas e viver apenas com o que já foi produzido possa parecer atraente, como uma solução para a crise ambiental; na prática, é uma proposta desafiadora e complexa.

Primeiro, existem restrições no estoque de roupas usadas disponíveis. Mesmo que todos os consumidores mudem para essa forma de consumo, ainda haveria uma redução de alguns itens ou tamanhos específicos. Além disso, as roupas usadas também sofrem desgaste com o tempo e precisam ser substituídas, o que significa que a demanda por roupas novas ainda existiria em algum nível.

E o mais “importante” para o *looby* das indústrias, os impactos em termos de emprego e economia global, uma mudança repentina para um modelo exclusivo de roupas usadas teria um impacto significativo nos valores acumulados.

É possível pensar alternativas além da exploração de bens naturais? Sim, é possível produzir roupas novas utilizando materiais reciclados de roupas usadas. De fato, essa é uma das formas mais atraentes de produção de roupas, já que reduz a quantidade de resíduos e o impacto ambiental da indústria têxtil. A reciclagem de roupas pode ser feita de várias maneiras, incluindo a transformação de tecidos antigos em fios para produção de novos tecidos, a criação de novas peças a partir de abas e sobras de tecido, e até mesmo a transformação de roupas usadas em novas peças através do *upcycling*.

No entanto, é importante destacar que a reciclagem de roupas ainda é um processo relativamente novo e desafiador. Muitos tecidos são compostos por fibras mistas ou sintéticas, o que torna o processo de reciclagem mais complexo. Principalmente para nós que vivemos no Sul global e temos acesso restrito a tecnologias de ponta.

O objetivo desse trabalho era contribuir minimamente para dar visibilidade a uma atividade do circuito inferior que tem crescido nas bases do discurso do consumo consciente e do reuso, mas que nos governos Temer e Bolsonaro tem relação com o empobrecimento da população brasileira. Dourados-MS, representada pelo agronegócio, com expressão na produção de grãos e *commodities*, viu crescer 300% o negócio de roupas de segunda-mão desde o 2016 até 2021, com expressivo crescimento no governo de Bolsonaro. Ainda que a pandemia tenha reduzido o número de estabelecimentos, trata-se de um movimento importante, sobretudo porque acompanhou a tendência nacional, condição que ratifica essa pesquisa e permite a abertura de outras frentes de pesquisa, certamente, para dar um novo ciclo para as ideias e reflexões.

4. Referências

ADELEIROS, in **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa** [em linha], 2008-2021, <https://dicionario.priberam.org/adeleiros> [consultado em 01-04-2023].

ABREU, Silvana de. **Planejamento governamental: a SUDECO no "Espaço Mato-Grossense". Contexto, propósitos e contradições**. 2001. 351 p. Tese (Doutorado em Geografia Humana) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001. DOI <https://doi.org/10.11606/T.8.2001.tde-28022002-232232>. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-28022002-232232/pt-br.php>. Acesso em: 10 abr. 2023.

AGUILERA, Juliana; MODIFICA, Plataforma. **O Mercado de Roupas de Segunda Mão no Brasil em Perspectiva**. Modifica, [S. l.], p. s.p., 21 jun. 2019. Disponível em: <https://www.modifica.com.br/mercado-roupas-segunda-mao/#.Xzr-D-hKjIW/>. Acesso em: 10 abr. 2023.

ANTUNES, Ricardo (org.). **Uberização, trabalho digital e Indústria 4.0**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2020. p. 336.

ASSIS, Machado de. **Idéias do Canário**. [s.l.]: Biblioteca Virtual do Estudante Brasileiro, s.d. 5 p. Disponível em: <https://livrogratuitosja.com/wp-content/uploads/2021/02/Ideias-do-Canario-Machado-de-Assis-1.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2023.

BARROS, Gabriel Amilton Bezerra. **Os dois circuitos da economia urbana no arranjo produtivo de confecções em Nova Friburgo-RJ**. Espaço e Economia: Revista brasileira de geografia econômica, [s.l.], ano 2021, n. 22, 2021. DOI <https://doi.org/10.4000/espacoeconomia.21380>. Disponível em: <http://journals.openedition.org/espacoeconomia/21380>. Acesso em: 23 maio 2023.

BASTOS, Pedro Paulo Zahluth; FONSECA, Pedro Cezar Dutra. (orgs.) **A era Vargas: desenvolvimentismo, economia e sociedade**. 1. ed. São Paulo: Unesp, 2012. p. 480.

BOTTOMORE, Tom (ed.). **Dicionário do pensamento marxista**. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1988. p. 696. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7049739/mod_resource/content/1/Bottomore_dicion%C3%A1rio_pensamento_marxista.pdf. Acesso em: 10 abr. 2023.

BRUSCHI, Valeria et al. **Mais Marx: Material de apoio à leitura d'O capital - Livro I**. Tradução: Luiz Mariano de Campos et al. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2016. p. 144. v. 1.

CAMPOS, Amanda Queiroz. RECH, Sandra Regina. Considerações sobre moda, tendências e consumo. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**, São Paulo, v.3 n°3, p. 170-198, dez. 2010. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/05_IARA_vol3_n3_Dossie.pdf. Acesso em 10 de março de 2022.

CONGRESSO BRASILEIRO DE GESTÃO AMBIENTAL, VI., 2015, Porto Alegre. **INDÚSTRIA TÊXTIL: SUSTENTABILIDADE, IMPACTOS E MINIMIZAÇÃO** [...]. Porto Alegre: IBEAS – Instituto Brasileiro de Estudos Ambientais, 2015. p. 5. Autores: Michele Toniollo, Natália Piva Zancan e Caroline Wüst. Disponível em: <https://www.ibeas.org.br/congresso/Trabalhos2015/V-029.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2023.

COSTA, A. C. R. da; ROCHA, E. R. P. da. **Panorama da cadeia produtiva têxtil e de confecções e a questão de inovação**. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n.29, p.159-202, mar.2009.

Marx, K. **Manuscritos Economico-Filosoficos e Outros Textos Escolhidos**. 3.ed. São Paulo, Ed. Abril Cultural, 1985. Col. Os pensadores.

MARX, Karl. **O Capital: Crítica da economia política. Livro I: O processo de produção do capital**. Trad. Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2013.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. Tradução de Cristiana Coimbra. 2 ed. São Paulo: Editora Senac, 2013.

Escravidão moderna atinge mais de 40 milhões no mundo. In: DEUTSCHE, Welle. Portal G1. [s.l], 20 jul. 2018. Disponível em:

<https://g1.globo.com/mundo/noticia/2018/07/20/escravidao-moderna-atinge-mais-de-40-milhoes-no-mundo.ghtml>. Acesso em: 10 abr. 2023.

GEERTZ, Clifford. **Peddlers and Princes**. Chicago, University of Chicago Press, 1963.

GRESPLAN, Jorge. **Marx: Uma introdução**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2021. 104 p. v. 1. ISBN 6557170694.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. São Paulo, Ed. Loyola, 1992.

KASSATLY, Veronica Bates; MODIFICA, Plataforma. **O Agro Não é Pop: 9 Motivos Pelos Quais o Algodão BCI Não é Sustentável**. Modifica, [S. l.], p. s.p., 29 mar. 2021. Disponível em: <https://www.modifica.com.br/o-agro-nao-e-pop/>. Acesso em: 10 abr. 2023.

KELLER, Paulo Fernandes. **Globalização e mudanças na cadeia têxtil brasileira**. São Luís: Edufma, 2010. p. 256.

FUJITA, Renata Mayumi, JORENTE, Maria José. **A Indústria Têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural**. ModaPalavra e-periódico [en línea]. 2015, (15), p. 153-174. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=514051496008>. Acesso em: 12 fev. 2021.

HAESBAERT, Rogério (org). **Globalização e fragmentação no mundo contemporâneo**. Niterói: EdUff, 1998.

MARTINS, J. de S. **O cativo da terra**. São Paulo, SP: Hucitec 1979.

MULLER, C.; BARBOSA, H.; CORRÊA, R. de O. **A comunicação visual de roupas brancas: uma pesquisa exploratória no Museu Nacional do Traje, Lisboa – Portugal (1900-1930)** | Visual communication of undergarment: an exploratory research at the Museu Nacional do Traje, Lisbon – Portugal (1900-1930). InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação, [S. l.], v. 16, n. 2, p. 278–295, 2019. DOI:

10.51358/id.v16i2.718. Disponível em:
<https://infodesign.org.br/infodesign/article/view/718>. Acesso em: 10 abr. 2023.

NAVARRO, R. F. **A Evolução dos Materiais. Parte1: da Pré-história ao Início da Era Moderna.** Revista Eletrônica de Materiais e Processos, v.1, n. 1, 10p. Campina Grande, 2006. Disponível em: <https://aplicweb.feevale.br/site/files/documentos/pdf/32246.pdf>. Acesso 31 de março de 2023.

OLIVEIRA, Tito Carlos Machado, & FERREIRA, Fernanda Loureiro. (2015). **A fronteira Brasil-Bolívia na rede de distribuição de roupas de segunda-mão.** GeoTextos, 11(2). <https://doi.org/10.9771/1984-5537geo.v11i2.13337>

POULANTZAS. O Estado, o poder, o socialismo. 4º ed. Trad. Rita Lima. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

RECH, Sandra Regina. **Estrutura da Cadeia Produtiva da Moda.** ModaPalavra e-periódico, s / 1, v. 1, n. 1, pág. 7-20, jan. /2008. Disponível em: <https://www.revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7565>. Acesso em: 12 fev. 2021.

RIBEIRO, Gustavo Lins. **A globalização popular e o sistema mundial não hegemônica.** REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS SOCIAIS, [s. l.], v. 25, ed. 74, p. 21-38, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcsoc/a/vfFYg65Lc75rbct8RsZQytb/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 10 abr. 2023.

ROCHE, Daniel. **Acultura das aparências: uma história da indumentária (séculos XVII-XVIII).** São Paulo: SENAC, 2007.

ROMERO, H. **O papel do Shopping Avenida Center no processo de redefinição da centralidade urbana e das práticas socioespaciais em Dourados-MS.** 2010, 157p. Dissertação (Mestrado em Geografia) — Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, 2010.

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SABRÁ, Flávio Glória Caminada. **Os Agentes Sociais Envolvidos No Processo Criativo No Desenvolvimento De Produtos Da Cadeia Têxtil**. 2015. Tese (Doutorado Em Design) - Pontifícia Universidade Católica Do Rio De Janeiro - Puc-Rio, Rio De Janeiro, 2015. p. 143. Doi <https://doi.org/10.17771/PucRio.Acad.25433>. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=25433@1> . Acesso em: 01 abril. 2023.

SANTOS, Flaviane Ramos dos. **Surgimento e expansão das lojas de departamentos: Do auge nos séculos XIX e XX a sua reestruturação no período contemporâneo**. Revista Formação (ONLINE), v. 27, n. 50, jan-abr/2020, p. 53-77.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos**; tradução Myrna T. Rego Viana. 2ª Edição. São Paulo: EdUSP, 2008.

TAVARES, Maria da Conceição. **Da substituição de importações ao capitalismo financeiro: ensaios sobre economia brasileira**. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. p. 263.

VAZ, Vinícius Rezende Carretoni; MERLO, Edgard Monforte. **O Consenso de Washington no Brasil: Estabilização Conservadora e Estagnação**. Revista Aurora, Marília, v. 13, ed. 1, p. 37-58, 2020. DOI <https://doi.org/10.36311/1982-8004.2020.v13n1.p37-58>. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/aurora/article/view/10334>. Acesso em: 10 abr. 2023.

VIEIRA, Thaiana Gomes. **Moda e Controle: as vestimentas e adornos nas leis suntuárias em Valladolid na Baixa Idade Média**. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Artes, Cultura e Linguagens) – Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF, Juiz de Fora, 2017. P. 170. Disponível em: <http://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/6867/1/thaianagomesvieira.pdf>. Acesso em 11 de agosto de 2021.