

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS NATURAIS E EXATAS
DEPARTAMENTO DE GEOCIÊNCIAS
CURSO DE GEOGRAFIA – BACHARELADO

Ana Paula da Silva Schimoia

**OS BRECHÓS E AS PRÁTICAS ESPACIAIS DO GARIMPO EM SANTA MARIA -
RS**

Santa Maria, RS
2023

Ana Paula da Silva Schimoia

**OS BRECHÓS E AS PRÁTICAS ESPACIAIS DO GARIMPO EM SANTA
MARIA-RS**

Trabalho de conclusão de curso,
apresentado ao Curso de Bacharelado em
Geografia, da Universidade Federal de
Santa Maria (UFSM, RS) – Campus Santa
Maria, como requisito parcial para
obtenção do título de **Bacharela em
Geografia**.

Orientador: Prof. Dr. Benhur Pinós da Costa

Santa Maria, RS
2023

Ana Paula da Silva Schimoia

**OS BRECHÓS E AS PRÁTICAS ESPACIAIS DO GARIMPO EM SANTA
MARIA-RS**

Trabalho de conclusão de curso,
apresentado ao Curso de Bacharelado em
Geografia, da Universidade Federal de
Santa Maria (UFSM, RS) – Campus Santa
Maria, como requisito parcial para
obtenção do título de **Bacharela em
Geografia**.

Aprovado em 05 de dezembro de 2023

Benhur Pinós da Costa (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Natália Lampert Batista (UFSM)

Diego Miranda Nunes (UFSM)

Santa Maria, RS
2023

RESUMO

OS BRECHÓS E AS PRÁTICAS ESPACIAIS DO GARIMPO EM SANTA MARIA-RS

AUTORA: Ana Paula da Silva Schimoia
ORIENTADOR: Benhur Pinós da Costa

O presente trabalho possibilitou a realização de um estudo com o objetivo de compreender como se modelam as práticas espaciais de garimpo em brechós na cidade de Santa Maria - RS, com o intuito de aprofundar o conhecimento científico sobre o tema. O ato de vestir, e conseqüentemente o vestir brechó, manifesta uma relação do sujeito com o espaço geográfico, que resulta em práticas espaciais. Tendo em vista isso, a pesquisa propôs a relação: sujeito (garimpeiro), vestimenta (moda brechó) e práticas espaciais (garimpo). Para alcançar os objetivos propostos foram realizadas observações participantes com três sujeitos buscando compreender os caminhos, condutas e formas ritualísticas desempenhadas por eles na procura por produtos usados e suas relações íntimas com o processo de compra e ressignificação. Também foram mapeados, utilizando cartografia temática, quarenta estabelecimentos desse modelo dispostos pela cidade. Através da espacialização construída, foi possível verificar que o brechó é um modelo de comércio que ocupa um espaço significativo na cidade. E ainda, a análise dos dados levantados com os garimpeiros permitiu a realização de um estudo participativo em profundidade que corrobora com as teorias trabalhadas.

Palavras-chave: Brechó. Geografia. Práticas Espaciais. Garimpo. Vestimenta.

ABSTRACT

THRIFT STORES AND SPATIAL PRACTICES OF MINING IN SANTA MARIA-RS

AUTHOR: Ana Paula da Silva Schimoia
ADVISOR: Benhur Pinós da Costa

The present work made it possible to carry out a study with the objective of understanding how spatial mining practices are modeled in thrift stores in the city of Santa Maria - RS, with the aim of deepening scientific knowledge on the topic. The act of dressing, and consequently thrift store dressing, manifests a relationship between the subject and geographic space, which results in spatial practices. With this in mind, this research proposed the relationship: subject (miner), clothing (thrift store fashion) and spatial practices (mining). To achieve the proposed objectives, participant observations were carried out with three subjects seeking to understand the paths, conduct and ritualistic forms carried out by them in the search for used products and their intimate relationships with the purchasing and resignification process. Forty establishments of this model located throughout the city were also mapped, using thematic cartography. Through the constructed spatialization, it was possible to verify that the thrift store is a commercial model that occupies a significant space in the city. Furthermore, the analysis of the data collected from the miners allowed the carrying out of an in-depth participatory study that corroborates the theories worked on.

Keywords: Thrift store. Geography. Spatial Practices. Mining. Clothing.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1:	Fluxo do ritual de garimpo do consumidor final e do revendedor, respectivamente.....	23
FIGURA 2:	Tripé da produção do espaço.....	29
FIGURA 3:	Tríade da produção do espaço do brechó.....	31
FIGURA 4:	Localização do município de Santa Maria - RS.....	38
FIGURA 5:	Mapa de localização dos brechós identificados na pesquisa.....	39
FIGURA 6:	Mapa ilustrando as concentrações de brechós identificados na área urbana de Santa Maria - RS.....	43
FIGURA 7:	Trajeto utilizado para chegar até o primeiro Brechó da primeira observação participante - Brechó do Lar de Joaquina.....	45
FIGURA 8:	Fachada do Brechó Lar da Joaquina.....	46
FIGURA 9:	Mosaico com os garimpos realizados pela primeira observada da pesquisa.....	48
FIGURA 10:	Trajeto utilizado para chegar até o segundo Brechó da primeira observação participante.....	49
FIGURA 11:	Trajeto utilizado para chegar ao terceiro Brechó da primeira observação participante.....	49
FIGURA 12:	Mosaico estampando as fachadas dos brechós 2 e 3, respectivamente.....	50
FIGURA 13:	Espaços dos brechós 2 e 3, respectivamente.....	51
FIGURA 14:	Fachada e espaço do Brechó Renova.....	52
FIGURA 15:	Trajeto utilizado para chegar até o quarto Brechó da primeira observação participante - Brechó Renova.....	52
FIGURA 16:	Garimpos feitos no Brechó Renova.....	53
FIGURA 17:	Fachada do Mariane Boutique Brechó.....	54
FIGURA 18:	Trajeto utilizado para chegar até o quinto brechó da primeira observação participante - Mariane Boutique Brechó.....	54
FIGURA 19:	Rota final de garimpo da observação participante 1.....	55
FIGURA 20:	Trajeto percorrido para chegar até o Brechó Amigos do HUSM.....	57

FIGURA 21:	Fachada do Brechó Amigos do HUSM.....	57
FIGURA 22:	Trajetos utilizados para chegar até o segundo brechó da segunda observação participante - Leon Denis.....	58
FIGURA 23:	Mosaico ilustrando a fachada do Brechó Leon Denis.....	59
FIGURA 24:	Mosaico com os garimpos feitos no Brechó Leon Denis.....	59
FIGURA 25:	Mosaico ilustrando o espaço físico do Brechó Leon Denis.....	60
FIGURA 26:	Fachada do Brechó CACC.....	60
FIGURA 27:	Trajetos utilizados para chegar até o terceiro brechó da segunda observação participante - Brechó do CACC.....	61
FIGURA 28:	Mosaico com os garimpos feitos no Brechó do CACC.....	62
FIGURA 29:	Mosaico ilustrando o espaço físico do Brechó do CACC.....	62
FIGURA 30:	Fachada do Brechó Caras do Bem.....	63
FIGURA 31:	Trajetos utilizados para chegar até o quarto brechó da segunda observação participante - Brechó Caras do Bem.....	63
FIGURA 32:	Mosaico com o garimpo feito no Brechó do Caras do Bem.....	64
FIGURA 33:	Rota final de garimpo da observação participante 2.....	66
FIGURA 34:	Trajetos utilizados para chegar até o primeiro Brechó da terceira observação participante - Brechó Garagem Mix.....	67
FIGURA 35:	Fachada do Brechó Garagem Mix.....	68
FIGURA 36:	Espaço do Brechó Garagem Mix.....	68
FIGURA 37:	Mosaico com garimpos feitos no Brechó Garagem Mix.....	69
FIGURA 38:	Fachada do Brechó João e Maria Boutique Brechó.....	70
FIGURA 39:	Trajetos percorridos no deslocamento do Brechó Garagem Mix até João Maria Boutique Brechó.....	70
FIGURA 40:	Seleção de peças de grife do João e Maria Boutique Brechó.....	71
FIGURA 41:	Garimpos feitos no João e Maria Boutique Brechó.....	71
FIGURA 42:	Trajetos percorridos no deslocamento do João e Maria Boutique Brechó até o Brechó moderninho.....	72
FIGURA 43:	Trajetos percorridos no deslocamento do Brechó moderninho até o Brechados.....	72

FIGURA 44:	Diferenças dos espaços dos brechós Moderninho e Brechados.....	73
FIGURA 45:	Rota final de garimpo da observação participante 3.....	74
FIGURA 46:	Tríade da produção do espaço do brechó.....	76

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO.....	11
1.2	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA.....	13
1.3	OBJETIVO GERAL.....	14
1.4	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
1.5	JUSTIFICATIVA.....	15
1.6	ESTRUTURA DO TRABALHO.....	17
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	18
2.1	A CONJUNTURA DO VESTIR-SE A PARTIR DA MODA BRECHÓ.....	18
2.1.1	A origem do brechó.....	18
2.1.2	A conjuntura social da moda brechó e a emergência do consumo de peças de segunda mão.....	19
2.2	O SUJEITO, O GARIMPO E O ESPAÇO DO BRECHÓ.....	21
2.2.1	O sujeito que garimpa.....	21
2.2.2	A prática do garimpo.....	22
2.2.3	Os espaços dos brechós e suas tipologias.....	23
2.3	ASPECTOS SOCIOCULTURAIS DA MODA BRECHÓ E APROXIMAÇÕES COM A GEOGRAFIA.....	25
2.3.1	Geografia das vestimentas.....	25
2.3.2	O espaço da cidade como prática espacial do garimpo.....	26
2.3.2.1	A prática do garimpo como habitus.....	26
2.3.2.2	Representação do espaço (o espaço concebido) e espaço de representação (o espaço vivido).....	27
2.3.2.3	A produção do espaço: espaço concebido, percebido e vivido.....	29
2.3.2.4	A tríade da produção do espaço do brechó.....	31
3	METODOLOGIA.....	34
4	RESULTADOS DA PESQUISA.....	38
4.1	COLETA DE DADOS E ESPACIALIZAÇÃO DOS BRECHÓS EM SANTA MARIA - RS.....	38

4.2	OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE: CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE A PESQUISA COM GARIMPEIROS EM SANTA MARIA - RS.....	43
4.2.1	Observação participante 1.....	44
4.2.2	Observação participante 2.....	56
4.2.3	Observação participante 3.....	66
5.	DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	75
5.1	OS CONCEITOS DE HABITUS E PRÁTICAS ESPACIAIS DO GARIMPO OBSERVADOS NA PRÁTICA DA OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE.....	75
5.2	A TRÍADE DE HENRI LEFEBVRE APLICADA A PRODUÇÃO DO ESPAÇO DO BRECHÓ.....	76
5.3	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	77
	REFERÊNCIAS.....	79

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

A conjuntura do consumo exacerbado da moda e suas consequências sociais e ambientais tem tido como resposta a emergência de uma nova economia, a chamada economia compartilhada, como brechós, bazares, lojas de aluguel, entre outros, economia essa que tem superado o estigma e ganhado uma visibilidade que antes não existia. Desde então, diferentes modelos de negócio baseados na ideia de compartilhamento, troca ou empréstimo surgiram. A difusão desses modelos é favorecida pela necessidade emergente de produção e consumo sustentáveis (SILVEIRA; PETRINI; SANTOS, 2016). Além das problemáticas ambientais, outros fatores, como a utilização de mão de obra barata por grandes empresas e as polêmicas de marcas envolvidas com trabalho análogo a escravidão, tornaram-se pauta da sociedade.

Nesse sentido, a sustentabilidade e o consumo em brechós têm sido muito discutida e incitada como uma medida mitigadora das ações que têm sido praticadas. Além disso, esse consumo da moda têm se transformado em um estilo de vida e consumo, onde o modo de vestir retrata, muitas vezes, ideais. As vestimentas encontradas em brechós podem ser percebidas no indivíduo como peças diferenciadas, customizadas e estilizadas. Hoje, pode-se perceber a moda brechó como forma de ativismo, de se expressar e posicionar seus ideais através da roupa.

Além da questão social e sustentável atrelada ao consumo de vestimentas de segunda mão, percebe-se o advento de um movimento de valorização de peças antigas e estilos passados. Nesse cenário, o desejo pelas tendências da moda anos 1990 e Y2K¹, por exemplo, promovem ainda mais a procura, principalmente partindo da nova geração, por brechós. Esse sujeito tende a valorizar mais os tecidos, detalhes e modelagens dessas modas que atualmente só podem ser encontradas em brechós. Além disso, ainda existe aquele consumidor que busca encontrar

¹ A sigla Y2K é a abreviação em inglês de “Years 2000”, em português “anos 2000”, faz referência às tendências de moda daquela década, com estética futurista, o que significava muito brilho e tecidos tecnológicos.

nesses estabelecimentos peças de luxo por um valor acessível, alcançando assim, um desejo que o seu *status* social, habitualmente, não proporciona.

A moda e a vestimenta, ideias inerentes ao consumo em brechós e ao garimpo, não são temáticas frequentemente abordadas nos estudos de Geografia. Contudo, a Geografia pode contribuir para a análise da difusão espacial dessas dimensões econômicas e culturais. A Geografia está ligada à moda, não no sentido de tendências, ou no sentido de criação da moda, mas no que se refere ao consumo, espaço e os deslocamentos dos consumidores (CASTANHO, 2018). Está ligada às vestimentas, não somente como forma de se adornar e de se vestir conforme as latitudes, os lugares, as ocupações e os momentos, mas sim se vestir como forma de afirmação e expressão (MAIA, et al., 2021).

Sendo assim, sabe-se que a indústria da moda está presente em todos os países do mundo devido à necessidade humana de vestir-se. Nesse sentido, o vestuário possui um significado importante nas dimensões social, cultural, econômica e política a ponto de influenciar costumes e tendências com consequências no modo de vida em diferentes épocas (FUJITA; JORENTE, 2015). A vestimenta desempenha um papel importante na construção social da identidade do indivíduo, pois constitui uma indicação de como as pessoas, em diferentes épocas, veem sua posição nas estruturas sociais e negociam as fronteiras de status (QUINTELA, 2011). Tendo em vista isso, nos questionamos: as vestimentas e a moda brechó podem ser objeto ou tema geográfico?

Tomar as vestimentas como objeto não é algo novo na geografia, embora isto seja negligenciado nos estudos contemporâneos (MAIA, 2015). Segundo Sorre (2002-2003, p. 193), a geografia da “vestimenta é inseparável da geografia das indústrias têxteis”. Segundo Hardy (1939), em sua “geografia psicológica”, as vestimentas nos possibilitam “ler” indivíduos e coletividades:

pour la connaissance de l'individu, le vêtement offre un document de premier ordre, et la diction « L'habit ne fait pas le moine » est d'une exactitude tout approximative. Mais ce qui est vrai d'un individu l'est bien plus encore d'une collectivité : le vêtement devient alors une sorte d'uniforme, dont les modifications successives coïncident presque toujours avec des mouvements généraux de la vie sociale et dont les caractères dominants extériorisent certains aspects du tempérament commun. (Hardy, 1939, p. 46).

Podemos afirmar que as transformações na corporeidade, que pode ser reflexo, por exemplo, de uma prática de consumo que se expressa direta ou

indiretamente no vestir-se, tem impactos em várias dimensões da vida do indivíduo, inclusive na sua relação com o espaço geográfico. Nesse sentido, a pesquisa sobre a vestimenta pode esclarecer a relação existente entre indivíduo e vestes, indivíduo e moda, e, ainda, auxiliar na compreensão de todas as suas implicações nas esferas de consumo, da produção, da cultura, da organização dos territórios e do meio ambiente (MOREIRA, 2021).

Tendo em vista o supracitado, entende-se que o vestir, portanto, o vestir brechó, manifesta uma relação do sujeito com o espaço geográfico, que resulta em práticas espaciais, estas que constituem ações espacialmente localizadas, engendradas por agentes sociais concretos, visando a objetivar seus projetos específicos. Vale ressaltar que as práticas espaciais estabelecem ações individuais, que não obrigatoriamente metódicas e regulares, que são definidas por uma escala temporal limitada (CORRÊA, 2007).

O debate sobre as práticas espaciais, por sua vez, tem se ampliado na Geografia a partir dos anos de 1990, principalmente no contexto do giro cultural dessa ciência e sua aproximação com outras ciências como a sociologia, psicologia social e linguística (LINDÓN, 2006, 2011). Segundo Sodré (2021) esse processo implicou em uma valorização do sujeito levando em consideração as suas narrativas de vida espacial, e os espaços nos quais a vida do mesmo se realiza, isto é, o cotidiano das cidades.

Nesse cenário, entendendo “a linguagem das vestimentas como instrumentos que nos possibilitam ler determinadas espacialidades” (MAIA, 2015, p.195), o presente trabalho propõe a relação: sujeito (garimpeiro), vestimenta (moda brechó) e práticas espaciais (garimpo).

1.2 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

O processo de adaptação e adesão à moda de segunda mão ainda é lento em países com grande índice de desinformação, falta de incentivos e preconceito para com estabelecimentos de tal natureza. No entanto, as novas gerações, geram constantes debates e discussões perante a resignificação de peças já utilizadas, tendo em vista propósitos empáticos para com sociedade e ambiência, além de buscarem, em tais artigos de moda, representações de si para destacarem-se (BÔAS; LEMES, 2012 *apud* SANDRESCHI, 2021).

Esse movimento resulta em novos modelos de práticas espaciais. Nesse sentido, tendo a moda e a vestimenta, sempre presentes e reflexo do corpo social, torna-se relevante compreender a prática de garimpo em brechós através de um viés geográfico, visando interpretar como se dão as práticas espaciais destes sujeitos que buscam, através do garimpo, vestimentas que refletem seus desejos, singularidades e princípios.

Por se tratar de um modelo recente de consumo, de uma forma recente de vestir-se e possuir um baixo acervo de estudos, torna-se notável a necessidade de investigar como se dá a ressignificação do consumo de roupas de segunda mão, como a mesma reflete nas vestimentas, no indivíduo e nos espaços e quais são as conexões entre esses pilares nesse cenário. Diante do exposto, para o presente trabalho fez-se um recorte da cidade de Santa Maria - RS visando responder à seguinte pergunta: Como se dão as práticas espaciais de garimpo em brechós na cidade de Santa Maria - RS?

Destarte, a presente pesquisa objetivou compreender as práticas de garimpo dos curadores/consumidores de brechós, os caminhos, condutas e formas ritualísticas² desempenhadas pelos garimpeiros na procura por produtos usados e suas relações íntimas com o processo da compra e ressignificação.

1.3 OBJETIVO GERAL

Investigar como se dão as práticas espaciais de garimpo em brechós na cidade de Santa Maria - RS.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elucidar a conjuntura social da moda brechó e os seus espaços de consumo;
- Entender a relação entre sujeitos, espaços de consumo da moda brechó e espaço da cidade como prática de garimpo;
- Delimitar um grupo de garimpeiros para estabelecer um estudo participativo em profundidade;

² Formas ou ações ritualísticas aqui apresentadas como uma ação louvável, repetitiva e inerente ao indivíduo.

- Investigar como se dá a prática espacial de garimpo dos integrantes da observação participante;
- Espacializar comércios caracterizados como brechós existentes na cidade de Santa Maria - RS.

1.5 JUSTIFICATIVA

O desperdício ocasionado pela indústria da moda juntamente com o descarte precoce de peças de vestuário, gerou uma afinidade da geração dos Millennials³ com a moda circular (OLIVEIRA, 2020). Esses indivíduos, devido ao avanço das tecnologias e da globalização, têm acesso a informações constantes a todo momento, que estimularam o interesse pela conscientização sobre os meios de produção e consumo. Desse modo, os Millennials demonstram uma maior preocupação com o modo que consomem e expressam a moda. Ressalta-se que a economia circular é um sistema de produção onde os recursos não se tornam lixo ou perdem seu valor agregado. Ao invés do descarte e desvalorização dos recursos, estes são mantidos dentro da cadeia produtiva, e reutilizados até quando possível. (BENTON; HAZELL; HILL, 2014).

A presença cada dia maior de brechós populares e de luxo nos espaços das cidades é um fator incontestável e visível, concomitantemente a isso a iminência de consumidores assíduos da moda brechó também tem tido uma projeção significativa, tornando esta uma forma de vestir-se e expressar-se. Esse comportamento de compra e venda de bens materiais usados é um fenômeno recente e crescente que deve ser observado e entendido. De acordo com Ortiz (2020) um:

[...] estudo do Boston Consulting Group (BCG), realizado com 12 mil consumidores em dez países, incluindo o Brasil, as vendas de produtos de luxo de segunda mão vêm crescendo, em média, 12% ao ano em nível global, contra 3% dos produtos novos. [...] Segundo o estudo da BCG, o mercado de brechós de luxo movimentou US\$ 25 bilhões em 2018. Até 2021 a estimativa é que atinja US\$ 36 bilhões, cerca de 9% de todo o mercado de luxo. A maior parte do crescimento dos brechós vem das vendas online, responsáveis por 25% do mercado, sendo os Millennials e a Geração Z os maiores consumidores desse tipo de serviço.

No Brasil, a discussão sobre consumo em brechós tem conquistado cada vez mais espaço. Segundo levantamentos do Sebrae, no Brasil existem 118.778

³ Termo utilizado para designar a geração posterior à X. As pessoas que nasceram entre 1981 a 1995 são consideradas Millennials/geração Y.

negócios do modelo brechó ativos. E com um crescimento de 30,97% nos últimos 5 anos. Na pandemia cresceu 11,08%, números expressivos, e que confirmam a tendência do negócio. Representa 0,49% de empresas ativas no país, com uma taxa de 1.730 habitantes por empresa, e somente no ano de 2022 gerou 343.197 vagas de emprego.

Sendo assim, percebemos que o ato de vestir-se tem preocupado cada vez mais as novas e futuras gerações. A forma como consumimos, pensamos e nos expressamos são refletidas ou refletem na nossa vestimenta e, conseqüentemente, no espaço geográfico. Entende-se na Geografia que as concepções sobre vestimentas mudaram com o decorrer do tempo. Antes a pergunta "por que nos vestimos?", era respondida: para preservar e defender o corpo dos rigores do clima (o que seria uma questão de Geografia natural) e do olhar dos outros (uma preocupação íntima). Na atualidade a perspectiva é diferente: indivíduos transformam sua aparência para se afirmarem aos olhos dos outros (MAIA, et al., 2021).

Nesse sentido, na atualidade, vestir-se com vestimentas de brechó torna-se uma prática social que reflete em formas de expressão, construção de identidades e corporeidades. O movimento de afirmação e incentivo do consumir moda brechó é cada vez mais atual e é capaz de modificar a economia, o modo de pensar e os espaços geográficos.

Na literatura, é possível encontrar diversos trabalhos que pesquisam os fenômenos: vestimenta, prática espacial e moda circular. Porém, quando se pensa na perspectiva da geografia a respeito do fenômeno das vestimentas, ainda existem poucos trabalhos, sobretudo que tratem dos reflexos e relações da moda brechó com o meio geográfico.

Tendo em vista que as formas de vestir e consumir moda têm enfrentado importantes mudanças ao longo do tempo, mudanças estas que afetam diretamente a economia, que afeta a sociedade, estilo de vida, formas de expressão e, conseqüentemente, a conjuntura do meio geográfico e das práticas espaciais, torna-se importante investigar como essas mudanças de comportamento na moda e na vestimenta afetam o meio geográfico e quais as relações desse tema com a geografia. Por isso, o presente estudo tem como intuito entender três principais aspectos: o sujeito (aquele que consome e se veste), a vestimenta (moda brechó) e as práticas espaciais (práticas socioespaciais do garimpo em brechós da cidade de

Santa Maria - RS), dando ênfase nas vivências, concepções e olhares do sujeito que garimpa.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

A presente pesquisa está estruturada em cinco capítulos. O primeiro capítulo tem o intuito de contextualizar o leitor sobre o tema do trabalho, bem como esclarecer os objetivos e a importância da pesquisa.

O segundo capítulo aborda a revisão da literatura e está dividido em três seções principais: A conjuntura do vestir-se a partir da moda brechó; o sujeito, o garimpo e o espaço do brechó; e aspectos socioculturais da moda brechó e aproximações com a geografia. O terceiro capítulo apresenta ao leitor a metodologia utilizada para a realização da pesquisa, explicitando os motivos para escolha da mesma.

O quarto capítulo traz os resultados da pesquisa. Este capítulo está dividido em três seções principais: Coleta de dados e espacialização dos brechós em Santa Maria - RS; Observação participante: Considerações gerais sobre a pesquisa com garimpeiros em Santa Maria - RS e Resultados das três observações realizadas na pesquisa. No quinto e último capítulo encontram-se as discussões dos resultados e considerações finais sobre a pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A CONJUNTURA DO VESTIR-SE A PARTIR DA MODA BRECHÓ

2.1.1 A origem do brechó

A origem dos brechós não é amplamente conhecida, mas acredita-se que principiou na Europa, isso porque no subúrbio de Paris, em meados de 1900, já era possível reconhecer feiras ao ar livre que praticavam a ideia de trocas e reuso. Destaca-se que na época, as peças eram comercializadas sem muita preocupação com a higiene, prova disso é que pulgas não eram incomuns de serem encontradas entre elas, daí a origem do nome “mercado de pulgas” (CRANE, 2016 *apud* AMBROGINI, 2021).

Os brechós como conhecemos hoje, surgiram no século XIX e se tornaram populares principalmente em razão das crises produzidas pelas Primeira e Segunda Guerra Mundial. Segundo Ambrogini (2021), o modelo de vendas se espalhou pelo mundo e desse modo chegou também no Brasil. Por aqui, acredita-se que sua ascendência tenha sido no Rio de Janeiro, quando um comerciante de origem portuguesa chamado Belchior inaugurou uma loja de objetos e roupas usadas. Inclusive, a popularidade do local fez com que o nome Belchior fosse associado a locais que vendiam produtos usados, sendo conhecido como “Casa de Belchior”. Além disso, acredita-se que em razão da dificuldade das pessoas em pronunciar o nome do vendedor, o nome Belchior foi adaptado, derivando o termo que conhecemos hoje em dia como brechó.

Machado de Assis, em seu conto “Ideias do Canário”, elucida um dos personagens entrando em um estabelecimento que o autor caracteriza como belchior. O autor descreveu essa loja como um ambiente escuro, atulhado de coisas velhas, tortas, enxovalhadas e enferrujadas.

Muitos anos se passaram até que os brechós passassem a ser lugares organizados e respeitados, pois desde o seu início os brechós eram conhecidos como lugares caóticos, bagunçados e sujos. Essa descrição remete aos fatores de rejeição que esse tipo de comércio encontrou durante a história, onde o consumo de itens de segunda mão foi associado com pobreza espiritual e/ou material. No

conhecimento popular esses brechós possuíam o estigma de ser desorganizados, com roupas sujas, rasgadas e velhas (MARTINS; VALENTIM, 2021).

[...] Os principais elementos ligados às representações que cercam o brechó são sujeira, morte, doença, energia e sexo. A sujeira pode ser uma sujeira concreta, uma mancha de molho, mofo, uma mancha de suor, uma mancha de sangue, poeira, ou pode ser uma sujeira subjetiva, abstrata, como as que envolvem energias negativas ou sexo e moral [...]. Há circunstâncias em que o tabu deixa de ser da roupa e passa a ser do próprio brechó, a energia presente nas pessoas foram transferidas para as roupas, que por sua vez foram transferidas para o espaço em que estão [...] (RICARDO, 2008, p. 6-7).

Apesar disto, no decorrer das décadas de 1960 e 1970 percebeu-se na sociedade uma mudança do público que consumia em brechós, os *hippies* passaram a adotar um estilo próprio e característico, utilizando roupas de outras épocas, outras etnias, fazendo customizações e estilizações e, além disso trazendo um novo significado para o consumo de segunda mão, indo na contramão da cultura do consumo e do descarte imediato exaltado pelo marketing nesse período. A contar dessa época, a imagem negativa existente no imaginário popular, tanto da roupa usada como do lugar brechó, começou a dar espaço a excentricidade e singularidade dos *hippies* e outros grupos de jovens (MARTINS; VALENTIM, 2021).

Nesse sentido, os *hippies* da Califórnia das referidas décadas, tiveram um papel essencial, promovendo um estilo excêntrico usando as roupas do tempo de seus avós comprados em brechós. Segundo Taylor (2014 *apud* MARTINS; VALENTIM, 2021), a nova era da moda revelou a essência do pós-guerra, de rebeldia juvenil e de libertação dos gêneros. Era visto homens jovens usando peças vintage estampando a Vogue britânica, com roupas obtidas em sótãos da família ou em brechós. Celebidades do rock como Beatles e os Rolling Stones adotaram ternos sem lapela, uniformes militares enfeitados, camisas florais.

2.1.2 A conjuntura social da moda brechó e a emergência do consumo de peças de segunda mão

Entende-se que o conceito “moda circular” é recente e é uma combinação da economia circular com os conceitos de sustentabilidade no setor *fashion* (KIM; JUNG; LEE, 2021). A mesma surge em contrapartida à economia linear e ao modelo “obter, produzir e descartar”. A ideia de moda circular visa a saúde geral do sistema,

desse modo, pensar na recuperação a longo prazo, proporciona benefícios ambientais e sociais, gera oportunidades econômicas e de negócios em qualquer escala (MORAIS; CALVI, 2020).

O brechó, por sua vez, se apresenta como uma categoria de consumo da moda circular que, por muito tempo, detinha preconceito por parte da sociedade. Segundo Sandreschi (2021), em épocas de progressão industrial, a exploração de novos recursos e utilização em massa dos mesmos era de natureza trivial, que visava exclusivamente a expansão de novos modelos de faturamento e o lucro. Porém, o retorno às concepções passadas traz à tona atos de indagar e problematizar certas atitudes desse sistema.

Como supracitado, o consumo de peças de segunda mão é observado desde o século XIX, isso motivado por fatores como desigualdade social e natureza simbólica. Os estabelecimentos inseridos no negócio de compra e venda de artigos de segunda mão começam a instaurar-se, nacionalmente, no século XVIII, no Rio de Janeiro (BÔAS; LEMES, 2012).

Sandreschi (2021) ressalta que o século XX, tem revelado uma sociedade cada vez mais empática. Segundo a autora “a moda, sempre presente e reflexo do corpo social, é política para o início de uma oposição ao capitalismo e consumismo vigentes, tendo o brechó como ramificação para estender o ciclo de vida de tantas peças” (SANDRESCHI, 2021, p.11).

Os brechós estão para além de peças usadas, eles promovem a função social de ressignificação das roupas e, conseqüentemente, estabelecem novas oportunidades de reuso. Atualmente verifica-se um aumento no consumo de produtos usados em consequência da busca de soluções mais sustentáveis no sistema têxtil, esse aumento se dá também por razões econômicas e sociais, visto por alguns como oportunidade de estabelecer novas fontes de renda que se adequam a possibilidades de um estilo de vida mais coerente com seus valores (FERNANDES, et al. 2021).

Ademais, o brechó, na atualidade, vem sendo ressignificado como lugar de peças que contam histórias e narrativas próprias de algum tempo enriquecidas pelo adorno do corpo em distintos momentos. Podemos pensar este lugar como vetor de identidade, onde cada escolha perpetua uma performance social assim como impressões de individualidade (FERNANDES, et al. 2021).

2.2 O SUJEITO, O GARIMPO E O ESPAÇO DO BRECHÓ

2.2.1 O sujeito que garimpa

Conforme Siqueira (2017), da mesma forma que o explorador de metais e pedras preciosas, o termo garimpeiro, dentro do mundo dos brechós e dos produtos usados, é empregado comumente para categorizar os sujeitos que desenvolvem a atividade de selecionar e localizar uma raridade no meio de diversas roupas. Nesse sentido, a função do garimpo vai além do resgate das peças (dos bazares filantrópicos e instituições de caridade) para a sua utilidade de cobrir e proteger o corpo. O sentido, nesse cenário, encontra-se na peculiaridade do olhar que é empregado para encontrar o que os garimpeiros definem como “roupas especiais”, estes sujeitos estão constantemente em busca de peças de vestuário que apresentam em sua materialidade uma característica única, isso tanto com o intuito de colecioná-las, como até mesmo para a revenda ou uso próprio.

Concomitantemente, o autor ressalta que “a atividade autônoma dos garimpeiros cria um nicho específico de mercado, sendo o personagem principal e responsável pela “vida social” e revalorização destes bens materiais” (SIQUEIRA, 2017, p. 258). Ou seja, no ritual de garimpo o sujeito que garimpa torna-se o personagem central de todos os processos envolvidos.

Vale ressaltar que, de acordo com Bôas e Lemes (2012), o consumo de roupas de brechó é cada vez mais frequente entre os jovens que estão à procura de moda acessível, de identidade e de consumo conscientemente ecológico. Segundo os autores, o consumidor de brechó é um sujeito que preza por produtos de qualidade, duráveis e que remetem à moda de décadas passadas. Neste sentido os brechós estão no ápice da moda, além de agregar personalidade, identidade e estilo próprio, contribuem para um consumo mais consciente (BÔAS; LEMES, 2012).

Já Calíope e Conceição (2014), em outra vertente, afirmam que, dentre os principais estímulos para um indivíduo comprar em brechós, as motivações utilitárias se destacam, mostrando que as pessoas compram em brechós pelo custo mais baixo das roupas e pela possibilidade de poder comprar mais peças (CALÍOPE; CONCEIÇÃO, 2014 *apud* MATOS; BARBOSA, 2016).

Tendo em vista o supracitado, entendemos que existem, pelo menos, três principais grupos de consumidores de brechós: aquele que visa um consumo

sustentável através da moda brechó, o que possui um baixo poder aquisitivo, e por isso, busca no brechó acesso a roupas baratas e o que busca por identidade através de peças vintage e/ou de grifes, encontradas através do garimpo. Vale ressaltar que, em muitos casos, o mesmo consumidor é representado e pertencente aos três grupos.

2.2.2 A prática do garimpo

Entende-se a prática de garimpo das roupas de segunda mão como uma busca voraz por preciosidades, nela é necessário enaltecer os brechós como um templo de produtos mágicos paralelos entre passado, presente e futuro. Estes promovem através da ressignificação novas formas de expressões, impulsionando a criatividade por meio da valorização das coisas já utilizadas anteriormente (FERNANDES, et al. 2021). Desse modo, entendendo o garimpo como experiência, essa prática é percebida quando os garimpeiros expõem com satisfação o momento do encontro de uma peça em um brechó (ROHDEN, et al., 2015).

Assim sendo, segundo Siqueira (2017) os brechós se apresentam como um terreno fértil para a atuação de personagens urbanos (nesse caso o sujeito que garimpa) que estão sempre em busca de “tesouros” dentre diversas montanhas de roupas, seja para uso próprio ou para comercialização. A prática do garimpo realizada pelos garimpeiros de roupa tem como característica acentuada valorizar produtos usados e promover a circulação deles, os garimpeiros classificam os garimpos a partir de um olhar que vai além da visão simplista da roupa usada.

O processo de garimpo pode ser realizado tanto pelo garimpeiro que é o consumidor final quanto pelo garimpeiro que revende os garimpos realizados. Na Figura 1 é representado o fluxo de garimpo de cada um desses garimpeiros. O primeiro permeia, principalmente, por quatro momentos, sendo eles: o ritual de busca que inclui a procura por locais para garimpar e a construção de rotas e trajetos urbanos de garimpo; o garimpo propriamente dito, esse é o momento de procura da peça ideal em amontoados de roupas nos brechós; a curadoria, seja somente a higienização básica da peça ou até mesmo maiores reparos e ajustes; e finalmente, a utilização da peça e construção de estilo e identidade, nesse momento o sujeito utiliza o garimpo realizado no processo. No fluxo do ritual de garimpo do garimpeiro que garimpa com o intuito de revenda, após a curadoria ao invés da

utilização é feita a divulgação e posteriormente a disponibilização do produto para revenda, seja em espaços físicos ou virtuais.

Figura 1: Fluxo do ritual de garimpo do consumidor final e do revendedor, respectivamente.



Elaboração: Autora, 2023.

2.2.3 Os espaços dos brechós e suas tipologias

Existem alguns traços que são característicos do imaginário intrínseco dos espaços dos brechós. Quando entramos em um, a impressão que temos é a de que existe um volume excessivo de peças e a maior parte dos brechós parecem ter um tamanho menor do que é o adequado para comportar as peças. Além disso, há pouco espaço para manusear as roupas, as mesmas não costumam ficar expostas em manequins ou vitrines como em lojas de departamento, e sim empilhadas e/ou encaixotadas. Porém, na atualidade, existem variações quanto a aparência e representação desses espaços.

A preocupação em oferecer um ambiente organizado se contrapõe ao excesso de peças, mas é uma forma de dar sentido a este excesso, torná-lo convidativo aos garimpeiros. Esse excesso de roupas garante o sucesso do consumidor em "achar o que quer", mas a organização do local é essencial para

facilitar o processo de encontro, para que a compra seja efetivada (BITTENCOURT, 2013).

Outra característica comum dos brechós é a concentração de vendas em pagamentos à vista. A maioria deles possuem o maquinário que possibilita o pagamento através de cartões de crédito e débito, mas geralmente apenas compras consideradas de alto valor são parceladas (BITTENCOURT, 2013). Isso porque estamos tratando de modelos de negócios pequenos, muitas vezes até comunitários, com peças com valores extremamente baixos, para os responsáveis não se torna viável arcar com os custos dos equipamentos de pagamentos eletrônicos.

Podemos destacar como peculiaridade principal de brechós a exclusividade das peças, isso porque a maioria das peças são únicas. Por um lado, essa característica traz o sentimento de exclusividade e privilégio do consumidor que encontra a peça que deseja, por outro, pode gerar frustração para aqueles que não encontram peças para os seus tipos de corpos, ou então encontram peças muito deterioradas.

Apesar da generalização comum sobre o seu ambiente, os brechós atualmente possuem uma variedade mais ampla e diversa de formatos. Desse modo, os brechós podem ser classificados de acordo com as suas especificidades em, principalmente, três grandes modelos: os brechós de “garimpo”, os “*gourmet*” e os “online”. O que os difere são os tipos de peças que podem ser encontradas e os espaços para comercialização.

Os chamados brechós “garimpo” são os que recebem de tudo um pouco, normalmente não são segmentados e costumam ser mais desorganizados. Os “*gourmet*” geralmente passam por processos de curadoria e estão relacionados à busca por coleções passadas, com valores mais acessíveis. No geral se apresentam como ambientes mais organizados, nichados e o público-alvo possui afinidade com moda. Quando comparados, os dois tipos citados, financeiramente possuem grande diferença, já que os de “garimpo”, de maneira geral, possuem preços extremamente baixos, já os “*gourmets*”, por serem peças selecionadas, possuem um valor superior. Por último, o mais atual, os brechós “online”, que por meio de redes sociais e grupos de trocas reúnem o “garimpo” com o “*gourmet*” (LOURENÇO, 2017 *apud* MORAIS; CALVI, 2020).

2.3 ASPECTOS SOCIOCULTURAIS DA MODA BRECHÓ E APROXIMAÇÕES COM A GEOGRAFIA

2.3.1 Geografia das vestimentas

Apesar de causar estranhamento propor a temática das vestimentas na geografia, quando investigados os estudos clássicos da área encontra-se o termo “geografias das vestimentas”. Segundo Maia (2015, p. 197) “Vidal de La Blache (1902, 1941) tratou as vestimentas como um dos indicadores dos gêneros de vida, ou melhor, na qualidade de objeto”. Além disso Maia (2015, p. 197) afirma em sua obra que “a tradição francesa de valorizar a análise “objetiva” das vestimentas relativamente ao gênero de vida também ocorreu em Sorre (2002-2003, 1947)”.

Maia (2015) também faz uma análise de outros autores. De acordo com ele, não negando as influências que a natureza empreende sobre as vestimentas, Hardy em sua “geografia psicológica”, trouxe o debate sobre como as vestimentas são capazes de possibilitar a leitura de indivíduos e coletividades. Nas palavras de Maia (2015, p. 198) “Hardy pioneiramente apontou questões relacionadas à geografia das vestimentas que adentram na simbologia, na estética, na moral e na sua relação com a corporeidade”.

Ainda no estudo de Maia (2015), o autor afirma que a inserção das vestimentas no contexto do gênero de vida e a ideia de torná-las objeto de estudo foi seguida por Deffontaines. E ainda, na geografia alemã é possível perceber os estudos sobre vestimentas sendo tratados por Ratzel em parâmetros semelhantes aos autores franceses.

Neste recorte dos clássicos foi possível constatar que tomar as vestimentas como objeto de estudo não é algo novo na ciência geográfica, visto que a mesma já foi trabalhada por diversos autores. Como supracitado a Geografia está ligada à moda no que se refere ao consumo, espaço e deslocamentos dos consumidores (CASTANHO, 2018). Também está ligada às vestimentas no que refere às formas de afirmação e expressão (MAIA, et al., 2021). Além disso, a moda pode ser interpretada como podendo ser à indústria do vestuário ou a repetição de um determinado padrão. Nesse aspecto, ambos, moda e vestimenta, implicam no fato social da identificação pessoal, seja pelo consumo ou pela coletividade (OLIVEIRA, 2013).

A extensão espacial das vestimentas também é percebida em obras de autores de outras áreas do conhecimento. Por exemplo, em Riello (2013), quando trata dos usos das vestimentas em espaços públicos durante a Idade Média. Em Örmen (2011) quando reforça o caráter urbano nas raízes da moda. Em Monteiro (2009) quando salienta as conexões entre corporeidade, espacialidade e subjetivação existentes no ato de comprar roupas. Além destes, James (1989) e Nery (2009) também tratam da dimensão espacial das vestimentas quando apresentam determinadas vestimentas que estão relacionadas a um determinado grupo segregado espacialmente. Tendo em vista isso, nota-se que tanto geógrafos quanto não geógrafos vem falando da geografia das vestimentas (MAIA, 2015).

Destaca-se ainda que na geografia “as vestimentas são um tema para investigarmos as espacialidades e espaços-tempos, dado que elas mesmas, literalmente, se incorporam espaços-tempos, são constitutivas das espacialidades dos sujeitos e demonstram lugaridades” (MAIA, 2015, p. 212). Além disso, a vestimenta é capaz de definir especificidades dos sujeitos e como destaca o autor:

o ser humano se distingue dos demais animais até por se vestir e, com isso, muda de aparência, afirma posições políticas e status, comunica sem dizer palavras, diferencia ou assemelha-se aos outros, aproxima-se ou distancia-se, agrega-se ou separa-se. Não se pode negar que em aí existam geografias. Enfim, parafraseando Denis Cosgrove diríamos que “a geografia está em toda vestimenta”! (MAIA, 2015, p. 212-213)

Em suma, conclui-se que mesmo que o tema vestimenta não seja tão recorrente nos estudos de geografia, o mesmo é complexo e possibilita a realização de diferentes leituras dos espaços e dos sujeitos. Desse modo, torna-se um objeto de estudo relevante, dinâmico e complementar em diferentes aspectos da geografia humana.

2.3.2 O espaço da cidade como prática espacial do garimpo

2.3.2.1 A prática do garimpo como *habitus*

Entende-se que as práticas espaciais são estabelecidas por um *habitus*, que é o reflexo e expressão da posição socioespacial que os indivíduos ocupam na sociedade. Nesse sentido, o *habitus* é um definidor das condições para realização das experiências que os sujeitos têm com o espaço em que estão inseridos, visto

que ele reforça ou impede a apropriação de determinados lugares pela incorporação ou não de disposições necessárias para o seu uso (SODRÉ, 2021).

O *habitus* é um agrupamento único de escolhas dos sujeitos, de bens e de práticas. Os *habitus* são diferenciados, mas também diferenciadores, da mesma forma, são distintos e distinguidos e também agentes de distinções (BOURDIEU, 1996). Nesse sentido, “o *habitus* não é apenas o gerador das práticas (espaciais), mas também o meio pelo qual essas práticas são avaliadas, julgadas, justificadas, legitimadas e consagradas em termos valorativos” (SODRÉ, 2021, p.11).

De acordo com Bourdieu (1996, p. 22) os *habitus* “ são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão e gostos diferentes. Eles estabelecem as diferenças entre o que é bom e mau, entre o bem e o mal, entre o que é distinto e o que é vulgar etc.” Ademais, segundo Setton (2002, p. 63) o “*habitus* surge então como um conceito capaz de conciliar a oposição aparente entre realidade exterior e as realidades individuais. Capaz de expressar o diálogo, a troca constante e recíproca entre o mundo objetivo e o mundo subjetivo das individualidades”.

Nessa conjunção, neste trabalho entende-se o ato do garimpo (prática espacial) como *habitus* de determinado grupo de sujeitos (garimpeiros) que possuem o interesse em roupas de segunda mão (moda brechó). Ressalta-se que “a realização do *habitus* é mediada sempre pela construção de lugaridades. O *habitus* e a experiência se consubstanciam em uma relação de cumplicidade com o lugar” (SODRÉ, 2021, p.13). No garimpo essa perspectiva não é diferente, ele cria uma relação íntima do sujeito com o espaço.

2.3.2.2 Representação do espaço (o espaço concebido) e espaço de representação (o espaço vivido)

De acordo com Gamalho (2009) o espaço é compreendido como um produto social inteiramente carregado de intencionalidades e representações, abrangendo ou se opondo a ordens distintas de sua produção. O espaço é amplamente dividido, e divide também as pessoas, que constroem suas identificações a partir do pertencimento a determinada área. À vista disso, o garimpeiro ao mesmo tempo que representa o espaço, é representado por ele.

Em relação às representações do espaço, Gamalho (2009, p. 30) discorre que “o espaço é concebido, planejado e participa dos jogos de poder dominantes, produzindo as representações do espaço”. Além disso, a autora, no que se refere ao espaço vivido e percebido, afirma que “é vivido a partir da experiência e cultura, produzindo o espaço de representação, lugar metamorfoseado em acolhimento ou repulsa. E é percebido a partir das experiências corpóreas, das práticas socioespaciais, da produção da existência humana” (GAMALHO, 2009, p. 30).

De acordo com Schmidt (2012 *apud* Pereira; Neto, 2021), em se tratando do espaço concebido percebe-se que o mesmo se encontra intrinsecamente ligado ao pensamento. Ou seja, não é possível que espaço seja percebido enquanto tal sem ter sido concebido primeiramente em pensamento, pois ele é a representação do espaço, de ações associadas ao conhecimento. No que diz respeito ao espaço vivido é a experiência que é vivida e experienciada do espaço, desse modo pode-se afirmar que ele é o espaço representacional. Ele é o conceito que representa a vida rotineira, é a vivência que não se torna possível definir meramente de forma teórica.

Assim, é importante pensar sobre como o espaço é produzido e de que forma se dão essas relações. Segundo a teoria de Lefebvre (1984) a produção do espaço é estabelecida de três maneiras: prática espacial, representações do espaço e espaços de representação, o autor faz uma análise tridimensional do espaço, segundo ele:

A prática espacial, que engloba produção e reprodução, lugares especificados e conjuntos espaciais próprios de cada formação social, que assegura a continuidade numa relativa coesão. Essa coesão implica, no que concerne ao espaço social e a relação de cada membro de determinada sociedade ao seu espaço, ao mesmo tempo de uma competência certa e uma certa performance; as representações do espaço, ligadas às relações de produção, a “ordem” que elas impõem e, desse modo, ligadas ao conhecimentos, aos signos, aos códigos, às relações “frontais”; os espaços de representação, apresentam (com ou sem códigos) simbolismos complexos, ligados ao lado clandestino e subterrâneo da vida social, mas também a arte que eventualmente poder-se-ia definir não como código do espaço, mas como código de representação (LEFEBVRE, 1984, p.36)

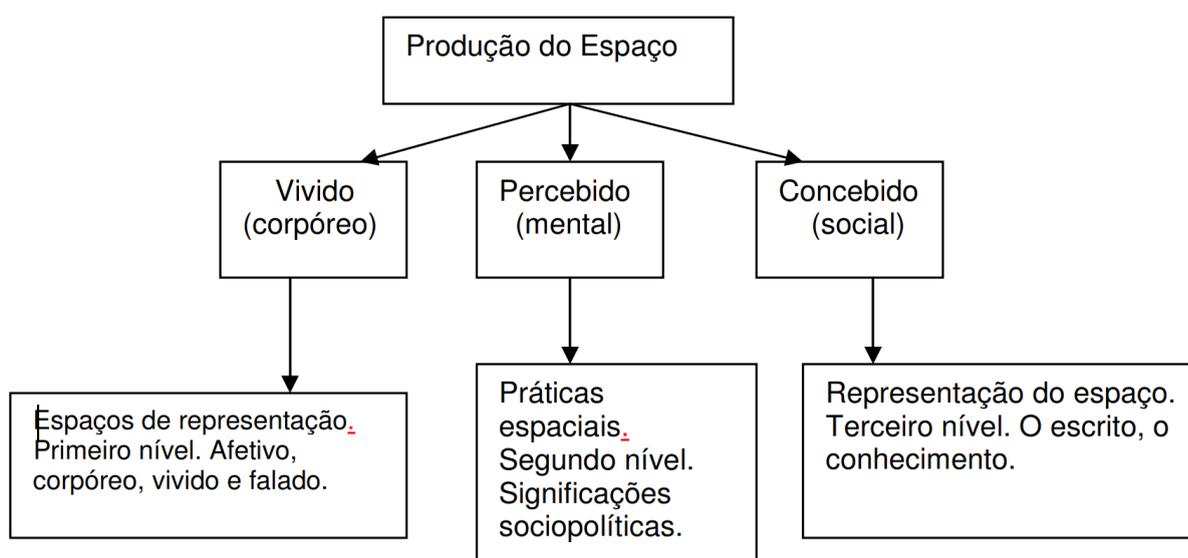
Por fim, considera-se que os espaços de representação são imprescindíveis para compreender o cotidiano dos sujeitos, visto que envolvem tanto as dimensões física, quanto mental e social deles. Partindo desse pressuposto, é essencial destacar a importância dessa dimensão espacial para a Geografia, principalmente, diante do fenômeno da globalização em que vivemos (PEREIRA; NETO, 2021).

2.3.2.3 A produção do espaço: espaço concebido, percebido e vivido

As práticas espaciais se apresentam na vida cotidiana e são influenciadas pelo modo como os locais são produzidos e direcionados ao consumo. Da mesma forma, por se tratarem de manifestações no espaço das relações sociais, elas são capazes de definir e marcar os espaços com os traços do modo de produção de uma determinada formação social. Nesse sentido, é no cotidiano que as práticas espaciais manifestam relações sociais ligadas às experiências, comportamentos e atividades humanas, estas materializadas principalmente nas cidades (COCATO, 2023).

Como supracitado, Henri Lefebvre (2008) propõe que a produção do espaço é formada por uma tríade que engloba a prática espacial (espaço percebido), as representações do espaço (espaço concebido) e os espaços de representação (espaço vivido) (Figura 2). Segundo Matias (2016), essa ordem não é enrijecida, a tríade espacial proposta por Lefebvre abarca as três categorias em movimento ao mesmo tempo, portanto elas podem ser dispostas de quantas maneiras forem possíveis e necessárias.

Figura 2: Tripé da produção do espaço



Fonte: Cardoso, 2006.

Salienta-se que, apesar de poderem ser dispostas de diversas maneiras, o espaço concebido, percebido e vivido são dimensões espaciais indissociáveis.

Lefebvre chama de espaço concebido (representações do espaço) a dimensão espacial que é ligada às relações de produção, ao planejamento, ao conhecimento, à ordem instituída. Trata-se do espaço planejado, instituído, aquele das normas técnicas. Aquele entendido por meio da visão dos planejadores, teóricos e do conhecimento enraizado no senso comum (ALVES, 2019). Segundo Gamalho (2011, p. 62) “uma rua tem um traçado, uma racionalidade, é concebida ao mesmo tempo que é vivida, nos trajetos, nas relações entre os sujeitos, nas suas funções. São planos que se imbricam, influenciando-se mutuamente”.

A dimensão do vivido (espaço de representação), aquele que é “corpóreo, afetivo, significativo na própria história de vida” (GAMALHO, 2011, p. 62), por sua vez, estaria relacionado ao lado clandestino e subterrâneo da vida social. O reconhecimento dessa dimensão do espaço, o vivido, comumente é percebido na sociedade a partir de expressões/ações de radicalidade, sobretudo quanto ao uso que se faz no espaço (ALVES, 2019). O espaço vivido é, portanto, aquele que está ligado à ação do ser humano diante de seu espaço. É neste espaço que se dão “os conflitos e as lutas” (SERPA, 2005, p. 222 *apud* MATIAS, 2016).

O espaço percebido (prática espacial) diz respeito à identificação (percepção) da manifestação da natureza, identificação esta que é construída através de uma ação conjunta (MATIAS, 2016). Segundo Alves (2019) na teoria de Lefebvre, o espaço percebido é aquele relativo à prática social e expressa a relação entre a realidade cotidiana e a realidade urbana. Além disso, para Lefebvre, o espaço percebido é aquele “da percepção comum à escala do indivíduo e de seu grupo, a família, a vizinhança” (LEFEBVRE, 2008, p. 36 *apud* MATIAS, 2016).

De acordo com a teoria lefebvrina, os três espaços, que são demarcadores da teoria da produção do espaço, não existem de maneira isolada e, portanto, não são independentes. Mesmo assim, torna-se possível estudar um espaço específico em detrimento dos outros, ou seja, há possibilidade de estudar o espaço percebido, recuando os espaços vivido e concebido a uma escala secundária. Porém, é imprescindível ressaltar que um espaço de proeminência não exclui a existência e a importância dos outros (MATIAS, 2016).

Vale ressaltar que a produção do espaço se dá a partir do contato humano com o espaço, é uma produção recíproca, os sujeitos influenciam no espaço e o espaço, conseqüentemente, na sociedade (MATIAS, 2016). Outro fator acerca das três categorias propostas por Lefebvre sobre a produção do espaço, é a de que elas

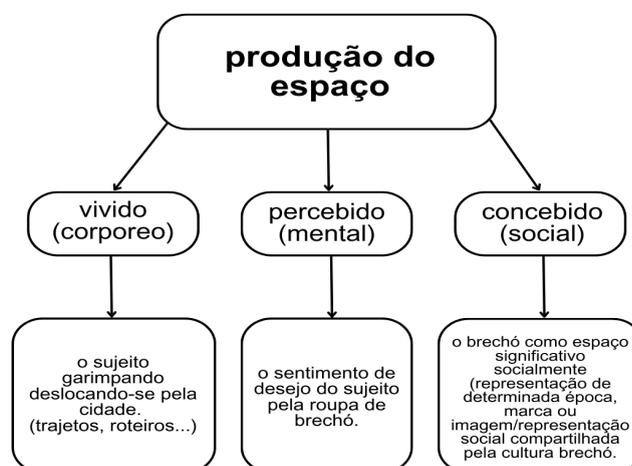
conferem centralidade às pessoas. Nesse sentido, o espaço não é visto como algo vazio e ganha a dimensão de algo concomitantemente produzido e produtor (MATIAS, 2016). Dessa forma, a proposta de investigar o sujeito garimpeiro e o seu espaço de garimpo vai ao encontro com as teorias trabalhadas na geografia, pois busca entender como esta dinâmica humana afeta os espaços que os brechós estão inseridos e vice-versa.

Ressalta-se aqui que a proposta de investigação e análise dos processos que fazem parte da produção do espaço do brechó. Nesta ocasião, torna-se ainda mais completa e intimista visto que, sendo parte deste grupo, a autora produz vivências além das teorias abordadas, possibilitando assim uma visão e análise mais íntima com o meio a ser representado neste trabalho. Deste modo, esta investigação abarcará, diretamente e por meio de terceiros, a visão do sujeito que vive os espaços percebido, concebido e vivido e as teorias geográficas disponíveis.

2.3.2.4 A tríade da produção do espaço do brechó

Tendo em vista o supracitado, na presente pesquisa serão investigadas como se estruturam as práticas espaciais de garimpo, levando em conta a relação entre sujeitos, espaços de consumo da moda brechó e espaço da cidade como prática de garimpo. Para a realização do trabalho propõe-se a seguinte tríade (Figura 3) que relaciona os espaços vivido, percebido e concebido com a prática de garimpo em brechós na cidade de Santa Maria - RS.

Figura 3: Tríade da produção do espaço do brechó.



Elaboração: Autora, 2023.

Na tríade proposta representa-se o espaço vivido, nesse contexto, como o espaço onde o sujeito realiza o garimpo deslocando-se pela cidade em busca de determinadas roupas ou brechós. Para trabalhar com o espaço vivido é imprescindível lidar com a subjetividade e faz-se necessário o envolvimento do pesquisador com os demais atores envolvidos. A possibilidade de captar as informações, conexões, significados e ressignificações está ligada à interação existente entre os envolvidos e à informalidade dessas relações. Isso porque entende-se que o modo como o espaço é percebido e vivido está diretamente relacionado a como as pessoas vivem e se percebem. A qualidade da interação que o indivíduo desenvolve com o espaço físico e social está ligada com a forma como o mesmo consegue conduzir o seu processo de individualização (MOTTA, 2003).

No universo dos brechós, diferentemente dos comércios de moda convencionais, a procura e descobrimento dos produtos pode ser extensa e demorada, pois cada peça é única, o que torna o processo dificultoso, porém gratificante. Quando falamos do deslocar-se pela cidade, falamos de rotas e trajetos que são individuais e resultado de vivências e socialização dos indivíduos, isto porque os brechós muitas vezes são isolados dos centros das cidades, escondidos em ruas mais distantes, não possuem fachadas e entradas grandiosas e não estão sinalizados no Sistema Global de Navegação por Satélite (GNSS). Desse modo, o acervo de brechós que a maioria dos garimpeiros possuem é construído e resultado da busca pelos brechós na cidade e do engajamento com outros sujeitos que também realizam essas ações e fazem a difusão desses locais.

O espaço percebido, por sua vez, é entendido como o desejo pessoal do sujeito ao buscar uma roupa ou nota-lá em alguma arara ou vitrine de brechó. “Tudo que é percebido pode ser conhecido, a percepção é uma forma de perceber qualquer coisa vista pela aparência” (PEREIRA, et al., 2010, p. 176). Nesse sentido, é uma percepção da pessoa sobre o significado daquela roupa que ela deseja. Quem garimpa e veste a moda brechó consegue visualizar quando uma peça é rara mesmo a vendo de longe, a percepção que o garimpeiro tem ao visualizar uma roupa de brechó (o garimpo) é diferente daquela que alguém teria ao ver uma peça na vitrine de uma *fast fashion*, por exemplo.

O sujeito que vê a peça na vitrine da *fast fashion* deseja a mesma, deseja usá-la e sentir-se bonito apenas. Por outro lado, quem garimpa, geralmente, tem uma relação diferente com a roupa, possui satisfação ao encontrar/garimpar

“aquela” peça, por exemplo, uma peça com CGC⁴ (Cadastro Geral de Contribuintes) na etiqueta, que representa algo original dos anos 1990. Muitas vezes o garimpeiro adquire a peça considerada especial mesmo que ela não tenha o caimento perfeito no seu corpo, ele ajusta ou customiza, e entende que aquela peça vale a pena, pois é única e representa o que ele quer vestir. Comumente a isso, o garimpeiro percebe o ambiente brechó como o único local onde ele consegue encontrar as roupas e acessórios que lhe caem bem ou representam o seu estilo, e ainda, o único local onde ele consegue consumir moda levando em conta os seus valores e os seus ideais de consumo.

O espaço concebido do brechó se caracteriza em como o mesmo é significativo socialmente para aquele que garimpa, seja por representar uma época ou geração, seja por possuir uma marca específica ou manifestar uma imagem/representação social que é compartilhada pela cultura brechó. Nesse aspecto, aqueles que consomem em brechó concebem esse local de consumo de uma forma diferente daqueles que não frequentam esses ambientes.

Como já mencionado, os brechós sofrem com estigmas por parte dos sujeitos em geral que os enxergam como ambientes sujos, somente com roupas velhas e indesejáveis. Em contraponto estão aqueles que garimpam e enxergam no brechó a possibilidade de “viajar no tempo”, além de perceberem nas peças materiais, tecidos e caimentos diferenciados. Vale ressaltar ainda que muitos garimpeiros concebem o brechó como local onde é possível comprar peças singulares com preços mais acessíveis.

De modo geral, o significado social do brechó para aquele que garimpa é mais profundo do que um evento rotineiro de comprar roupa, pode ser entendido e sentido de diversas formas e possuir significados diferentes e individuais para cada garimpeiro dependendo do contexto que ele faz parte. Na prática espacial do garimpo os três espaços se convergem e são focados no sujeito: como ele vive e se desloca (tendo a experiência corpórea), como ele ambiciona, percebe os brechós, as roupas e as relações que compartilha (percebido) e como acessa certas imagens sociais compartilhadas como valor de consumo de certas peças, por exemplo.

⁴ O CGC é um cadastro obrigatório criado em 1964 e que em 1998 foi substituído pelo CNPJ, ou seja, toda peça de roupa ou acessório que apresenta o CGC na etiqueta, com certeza foi produzida entre os anos de 60 e 90 do século XX e, portanto, é originalmente vintage.

3 METODOLOGIA

Para melhor compreender os temas abordados no trabalho, recorreu-se inicialmente ao levantamento bibliográfico, utilizando sites e repositórios, dando ênfase nas temáticas: geografia das vestimentas, geografia da moda, moda brechó e práticas espaciais na cidade. Buscou-se a literatura a respeito do tema, resgatando os estudos realizados anteriormente.

A pesquisa é classificada quanto aos seus objetivos em descritiva e exploratória, pois além do levantamento bibliográfico realizado, também foram produzidos dados através de dois momentos. O primeiro referiu-se à coleta de dados para mapear o maior número possível de brechós na cidade de Santa Maria - RS, com o intuito de elaborar mapas temáticos. O segundo momento foi relativo à observação participante de três sujeitos que garimpam em brechós em suas práticas espaciais de garimpo. As informações advindas da observação foram analisadas utilizando a abordagem qualitativa.

Vale ressaltar que a pesquisa qualitativa costuma ser direcionada ao longo de seu desenvolvimento. Esse modelo de pesquisa não tem como objetivo enumerar ou medir eventos e, geralmente, não utiliza de instrumento estatístico para análise dos dados obtidos, nele o foco de interesse é amplo e parte de uma perspectiva diferenciada daquela que é adotada com frequência pelos métodos quantitativos. Nas pesquisas qualitativas, é comum que o pesquisador busque compreender os fenômenos, levando em consideração a perspectiva dos participantes envolvidos no evento analisado e, a partir, daí faça sua interpretação dos fenômenos estudados (NEVES, 1996).

Nesse sentido, a metodologia do trabalho se embasa em uma pesquisa participativa com observação participante. A autora também se enquadra no perfil do sujeito que garimpa e possui vivências atreladas ao meio brechó, desse modo pode-se evidenciar uma participação observante na pesquisa. Em termos teóricos, a investigação participante/participativa implica:

- a) Na presença constante do observador no ambiente investigado, para que ele possa “ver as coisas de dentro”.
- b) No compartilhamento, pelo investigador, das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado, de modo consistente e sistematizado – ou seja, ele se envolve nas atividades, além de co-vivenciar “interesses e fatos”.
- c) Na necessidade, segundo autores como Mead e Kluckhohn, de o pesquisador “assumir o papel do outro” para poder atingir “o sentido de suas ações” (Haguette,

2005:72-73). E para complementar o leque de situações de inserção de modo a contemplar a pesquisa-ação, acrescentamos: d) Na necessidade de o pesquisador não só vivenciar o contexto e as atividades, mas possibilitar ao investigado participar da realização da pesquisa cujos resultados revertem em benefício do próprio grupo pesquisado (PERUZZO, 2017, p. 163).

O método da observação participante é sobretudo propício para estudos exploratórios, estudos descritivos e estudos que visam a generalização de teorias interpretativas. Geralmente recorre-se à Observação Participante com o propósito de elaborar, após cada sessão de observação, descrições qualitativas, de tipo “narrativo”, que permitam obter informação relevante para a investigação (MÓNICO, et al., 2017).

Referente a construção cartográfica dos mapas temáticos de brechós em Santa Maria - RS, a metodologia utilizada para a coleta de dados foi a realização de saídas à campo, pesquisas online e conversas com garimpeiros da região, com o intuito de localizar o maior número possível de empreendimentos desse setor, a fim de entender como se dá a espacialização dos mesmos na cidade. Feita a identificação dos brechós na cidade, posteriormente, os mesmos foram cartografados, para facilitar as observações e propiciar discussões acerca da pesquisa.

Vale destacar que a cartografia temática é uma excelente ferramenta que visa representar temas específicos, sem a rigidez da cartografia básica. Mas, apesar de todo desenvolvimento tecnológico, se faz necessária uma clara conscientização com o fim de avaliá-la em seu contexto social. Nesse sentido, não é suficiente que os mapas respondam apenas à pergunta “Onde?”. Hoje, é necessário que os mesmos respondam também a outras questões como: “Por quê?”, “Quando?”, “Por quem?”, “Para que finalidade?” e “Para quem?”. Para que dessa forma sejam materiais relevantes e completos (MARTINELLI, 2003).

Tendo em vista a metodologia exposta, a presente pesquisa visou observar o comportamento dos garimpeiros, suas estratégias e suas ações ritualísticas, conversando e observando de maneira informal suas práticas. Essas observações foram registradas em caderno de campo e os trajetos e práticas representadas espacialmente através de cartografias. Em suma, através das vivências, observações e cartografias construídas através do campo, a pesquisa buscou entender quais são os trajetos e rotas feitas pelos garimpeiros no ato do garimpo e

quais são as memórias, interesses, representações e (re)significações dos sujeitos que garimpam em brechós.

Além disso, buscou-se também compreender como os pontos de garimpo se diferem a partir dos diferentes tipos de achados e brechós, quais são os brechós e locais de maior interesse dos participantes e a justificativa para tal. Para alcançar esse objetivo, foi feito um breve roteiro de campo, contendo pontos importantes a serem observados e conversados. E foram marcados os locais visitados e feitos registros fotográficos da pesquisa.

Vale ressaltar que a prática da pesquisa, com cada indivíduo separadamente, foi dividida em quatro momentos fundamentais: 1) definição, em conjunto, de uma data e ponto de encontro; 2) conversa prévia com o intuito de identificar o perfil do observado; 3) acompanhamento e registro do trajeto realizado pelo garimpeiro para fins cartográficos da rota; e 4) conversação informal entre observador e observado. Nos quatro momentos pretendeu-se guiar uma conversação de maneira dinâmica e informal visando entender a relação do sujeito com a prática de garimpo, porém para alcançar os objetivos da pesquisa foram elencados alguns tópicos importantes com o intuito de guiar a prática de uma forma mais clara e concisa (Quadro 1).

Quadro 1: Roteiro guia para a observação.

Pergunta aberta	Momento	Objetivo
Identificação (nome, idade, gênero...)	Ponto de encontro	Entender e diferenciar o perfil de cada participante
Como se inseriu na cultura brechó? Quando e como aconteceu?	Primeiro ponto de garimpo/brechó	Contextualizar a relação do sujeito - brechó e suas memórias
Qual era a percepção acerca de brechós antes de se adentrar no garimpo?	Primeiro ponto de garimpo/brechó	Compreender a ideia/conceito que foi formado antecipadamente (espaço concebido)
O que procura em brechós?	Último ponto de garimpo/brechó	Estabelecer qual é interesse geral do sujeito (estilos, materiais, modelagem)

O que está procurando nesse dia?	Ponto de encontro	Estabelecer qual o interesse pontual
Por que está indo neste brechó?	Em todos os pontos de garimpo	Interpretar a escolha dos locais
Qual é o tipo de brechó que gosta? (explicar as tipologias se for necessário)	Último ponto de garimpo/brechó	Investigar qual a tipologia de brechó que agrada o indivíduo
O que leva em consideração para caracterizar um brechó como bom? (preço acessível, localização, peças, organização...)	Último ponto de garimpo/brechó	Investigar quais as características que agradam o indivíduo
O que motiva comprar em brechós? o que brechó representa?	Último ponto de garimpo/brechó	Revelar representações, ideologias e memórias do sujeito (espaço percebido)
Costuma utilizar essa rota em outros garimpos ou a mesma foi realizada de maneira aleatória?	Último ponto de garimpo/brechó	Identificar se aquela rota é feita de forma ritualística e intencionada

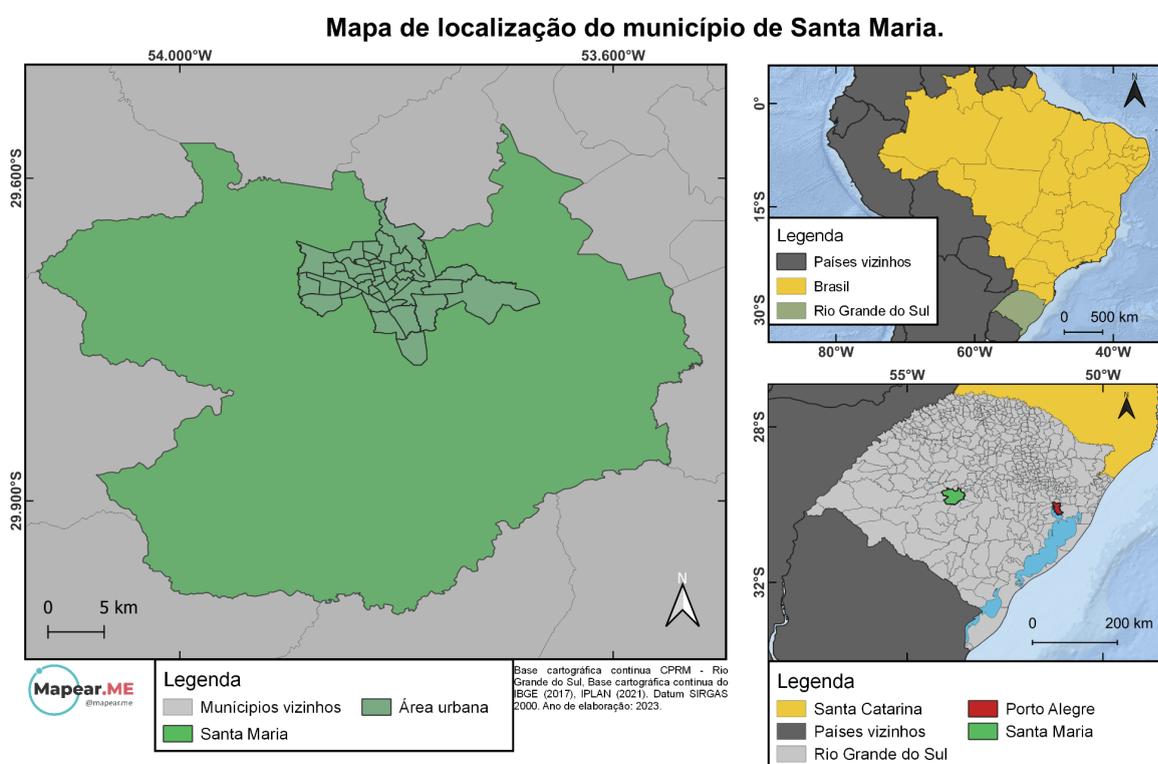
Elaboração: Autora, 2023.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

4.1 COLETA DE DADOS E ESPACIALIZAÇÃO DOS BRECHÓS EM SANTA MARIA - RS

A fim de atingir o objetivo referente a espacialização de comércios caracterizados como brechós na cidade de Santa Maria - RS (Figura 4) buscou-se a realização de uma pesquisa aprofundada para definir e localizar esses espaços, isto porque não foi evidenciado na busca nenhum tipo de documento oficial que constasse esse tipo de informação e que fosse disponibilizado para o público em geral. Tendo em vista isso, foram necessárias diversas saídas à campo pela cidade de Santa Maria - RS para certificar a existência e funcionamento desses espaços. Algumas pesquisas foram feitas previamente de forma online e posteriormente de forma física, enquanto outras foram realizadas através do deslocamento estratégico pelo espaço urbano.

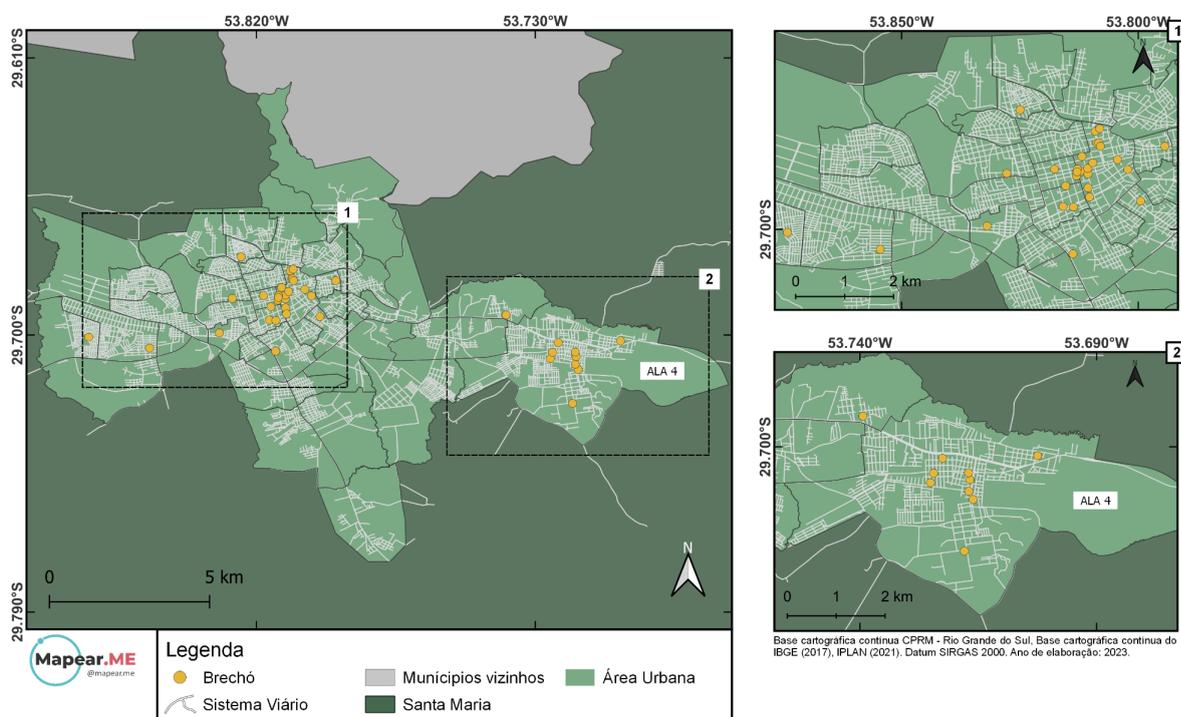
Figura 4: Localização do município de Santa Maria - RS.



Elaboração: Autora, 2023.

A pesquisa resultou na espacialização de 40 brechós na cidade (Figura 5), sendo eles Brehocão, Las Flores Brechó, Taty Brechó, Brechó Garagem Mix, Florenttina Brechó Boutique, João e Maria boutique brechó, Brechó Moderninho, Brechó Brechados, Brechó Vó Adelaide, Brechó Era Uma Vez, Brechó Casa Flor, Brechó Lar de Joaquina, Brechó (sem nome), Brechó (sem nome), Brechó Renova, Mariane Boutique Brechó, Brechó Amigos do HUSM, Bazar do Centro de Educação Espírita Boa Nova, Brechó da Associação Leon Denis, Brechó Centro de Apoio a Criança com Câncer - CACC, Brechó Caras do Bem, Brechó Relance, Brechó Social Paróquia Nossa Senhora da Glória, Malukinha Brechó e Loja, Grife do Zelo, Brechó Lar das Vovózinhas, Brechó D'luxo, Bella Storia Brechó, Dasgu Brechó, Simonitty Brechó, Broto Maroto Moda Vintage, Mari Bier Moda Circular, Brechó da Lúcia Roupas Importadas e Nacionais, Eventoss Brechó, Brechó Capim Limão, Brechó da Ação Social São Frei Pio, Uze brechó, Brechó da Duda, Acervo Polola e Garagem brechó infantil. Os dados para espacialização foram estruturados de acordo com o quadro abaixo (Quadro 2).

Figura 5: Mapa de localização dos brechós identificados na pesquisa.



Elaboração: Autora, 2023.

Quadro 2: Quadro com os dados referentes aos 40 brechós localizados e especializados.

Nome do Brechó	Endereço	Coordenadas geográficas
Brechocão	Rua das Corticeiras, 170, Pinheiro Machado	29°42'15.3"S 53°51'16.3"W
Las Flores Brechó	Rua Venâncio Aires, 2166, Centro	29°41'06.6"S 53°48'15.8"W
Taty Brechó	Rua José Aita, 82, Menino Jesus	29°40'56.4"S 53°47'39.8"W
Brechó Garagem Mix	Rua Doutor Bozano, número 799, Bonfim	29°41'15.7"S 53°48'46.7"W
Florenttina Brechó Boutique	Rua Coronel Niederauer, 1271, Bonfim	29°41'19.1"S 53°48'47.0"W
João e Maria boutique brechó	Rua Coronel Ernesto Marques da Rocha, número 10, Centro	29°41'15.5"S 53°48'43.5"W
Brechó Moderninho	Rua Serafim Valandro, número 936, Centro	29°41'17.6"S 53°48'38.3"W
Brechó Brechados	Rua Doutor Bozano, número 1044, Centro	29°41'13.3"S 53°48'38.4"W
Brechó Vó Adelaide	Rua Serafim Valandro, número 501, Centro	29°41'04.3"S 53°48'42.8"W
Brechó Era Uma Vez	Rua Visconde de Pelotas, 884, Centro	29°41'13.9"S 53°49'03.7"W
Brechó Casa Flor	Rua Tuiuti, 1400, Nossa Senhora de Fátima	29°41'28.2"S 53°48'38.2"W
Brechó Lar de Joaquina	Avenida Presidente Vargas, número 1920, Nossa Senhora de Fátima	29°41'35.3"S 53°48'37.1"W
Brechó (sem nome)	Avenida Rio Branco, número 479, Centro	29°40'54.0"S 53°48'31.4"W
Brechó (sem nome)	Avenida Rio Branco, número 472, Centro	29°40'53.8"S 53°48'30.0"W
Brechó Renova	Avenida Rio Branco, número 554, Centro	29°40'56.4"S 53°48'28.8"W
Mariane Boutique Brechó	Avenida Rio Branco,	29°40'44.9"S 53°48'32.6"W

	número 180, Centro	
Brechó Amigos do HUSM	Avenida Roraima, número 910, Camobi	29°42'40.3"S 53°42'57.9"W
Bazar do Centro de Educação Espírita Boa Nova	Avenida Rodolfo Behr, número 167, Camobi	29°42'34.1"S 53°43'01.2"W
Brechó da Associação Leon Denis	Rua Erly de Almeida Lima, número 520, Camobi	29°42'25.2"S 53°43'00.4"W
Brechó Centro de Apoio a Criança com Câncer - CACC	Rua Erly de Almeida Lima, número 365, Camobi	29°42'19.9"S 53°43'01.4"W
Brechó Caras do Bem	Rua Professor Heitor da Graça Fernandes, número 680, Camobi	29°42'27.5"S 53°43'30.4"W
Brechó Relance	Rua Ernesto Pereira, número 409, Camobi	29°42'20.2"S 53°43'28.0"W
Brechó Social Paróquia Nossa Senhora da Glória	Avenida Inácio Teixeira Cezar, número 187, Camobi	29°42'06.8"S 53°42'08.8"W
Malukinha Brechó e Loja	Rua 17 de Maio, 65, Camobi	29°42'08.8"S 53°43'21.2"W
Grife do Zelo	Avenida Roraima, 1000, Sala D7, Politécnico	29°43'19.9"S 53°43'04.6"W
Brechó Lar das Vovózinhas	Avenida Hélio Basso, 1250, Duque de Caxias	29°42'18.8"S 53°48'49.7"W
Brechó D'luxo	Rua das Andradas, 295, Passo d'Areia	29°41'17.2"S 53°49'40.1"W
Bella Storia Brechó	Rua Olavo Bilac, 415, Nossa Senhora de Fátima	29°41'26.8"S 53°48'55.2"W
Dasgu Brechó	Rua Antônio Loza, 303, Nossa Senhora de Lourdes	29°41'38.4"S 53°47'58.2"W
Simonitty Brechó	Avenida Oliveira Mesquita, 24, Salgado Filho	29°40'28.5"S 53°49'29.9"W

Broto Maroto Moda Vintage	Rua Manuel Ribas, 1981, Centro	29°40'42.9"S 53°48'29.3"W
Mari Bier Moda Circular	Rua Floriano Peixoto, 939, Centro	29°41'09.1"S 53°48'34.6"W
Brechó da Lúcia Roupas Importadas e Nacionais	Rua José Gabriel de Morães Brener, 475, Tancredo Neves	29°42'02.4"S 53°52'26.9"W
Eventoss Brechó	Rua Rui Antonio Moraes da Cunha, 35, Patronato	29°41'57.5"S 53°49'55.0"W
Brechó Capim Limão	Rua Visconde de Pelotas, 1769, Centro	29°41'42.5"S 53°48'57.1"W
Brechó da Ação Social São Frei Pio	Avenida Presidente Vargas, 1517, Nossa Senhora de Fátima	29°41'42.9"S 53°48'49.3"W
Uze brechó	Rua Duque de Caxias, 1074, Centro	29°41'13.8"S 53°48'46.3"W
Brechó da Duda	Rua Adyles Monteiro de Almeida, 556, Camobi	29°41'36.5"S 53°44'21.8"W
Acervo Polola	Avenida Itaimbé, 550, Centro	29°41'14.2"S 53°48'08.0"W
Garagem brechó infantil	Rua Doutor Bozano, número 809, Centro	29°41'16.0"S 53°48'46.6"W

Elaboração: Autora, 2023.

Após a espacialização dos brechós localizados na cidade de Santa Maria - RS foi possível observar alguns aspectos referentes aos dados coletados. O primeiro deles foi o de que existem pequenas concentrações de brechós pela cidade, por isso foram construídos mapas para ilustrar esses aglomerados (Figura 6).

Figura 6: Mapa ilustrando as concentrações de brechós identificados na área urbana de Santa Maria - RS.



Elaboração: Autora, 2023.

Visto o número significativo de brechós localizados no espaço urbano de Santa Maria, ressalta-se a importância de compreender e identificar esses espaços e os sujeitos que os frequentam, isso porque são espaços muitas vezes invisibilizados e marginalizados pela sociedade. Tendo em vista o supracitado, as realidades e vivências dos sujeitos nesses ambientes podem revelar diversas indagações a respeito do espaço geográfico e das representações do espaço dos brechós.

4.2 OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE: CONSIDERAÇÕES GERAIS SOBRE A PESQUISA COM GARIMPEIROS EM SANTA MARIA - RS

Foram realizadas, em sua totalidade, três observações em campo com três indivíduos distintos que praticam o garimpo em brechós, todos na cidade de Santa Maria - RS. Na técnica de investigação designada por observação participante usa uma abordagem de observação etnográfica no qual o observador participa

ativamente nas atividades de coleta de dados, sendo necessária a capacidade do investigador se adaptar à situação (PAWLOWSKI, et al., 2016). De acordo com Mónico (et al., 2017) a observação participante é inserida no conjunto das metodologias denominadas de qualitativas, e é utilizada em estudos ditos exploratórios, descritivos, etnográficos ou, ainda, estudos que visam a generalização de teorias interpretativas. Além disso,

A Observação Participante é realizada em contacto direto, frequente e prolongado do investigador, com os atores sociais, nos seus contextos culturais, sendo o próprio investigador instrumento de pesquisa. Requer a necessidade de eliminar deformações subjetivas para que possa haver a compreensão de factos e de interações entre sujeitos em observação, no seu contexto. É por isso desejável que o investigador possa ter adquirido treino nas suas habilidades e capacidades para utilizar a técnica (Correia, 1999, p. 31).

Não menos científico do que os outros métodos de investigação, a observação participante se caracteriza como uma metodologia mais humanista, tornando-se uma adaptação necessária da ciência às diferentes matérias dos estudos sobre os sujeitos (Mónico, 2010). De acordo com Mónico (et al., 2017) “A convivência do investigador com a pessoa ou grupo em estudo proporciona condições privilegiadas para que o processo de observação seja conduzido de modo a possibilitar um entendimento genuíno dos fatos”. Algo que, vale evidenciar, não nos seria possível de outra forma.

Nesse sentido, houve a presença e acompanhamento integral da pesquisadora no campo de cada um dos três observados e buscou-se entender, descrever, e em alguns momentos, narrar a prática de garimpo de maneira mais completa e dinâmica. Vale ressaltar que os três garimpeiros tiveram suas identidades preservadas e os nomes designados a seguir são fictícios, os demais dados são verídicos e foram registrados em caderno de campo.

4.2.1 Observação participante 1

A primeira observação participante ocorreu no dia 12/09/2023 com Beatriz⁵ que é estudante, do gênero feminino e possui 24 anos. A observada é uma empreendedora, dona de um brechó online e garimpa em brechós físicos as peças da sua loja. Após o garimpo, é feita a curadoria, as fotografias e o anúncio das

⁵ Todos os nomes aqui apresentados são fictícios.

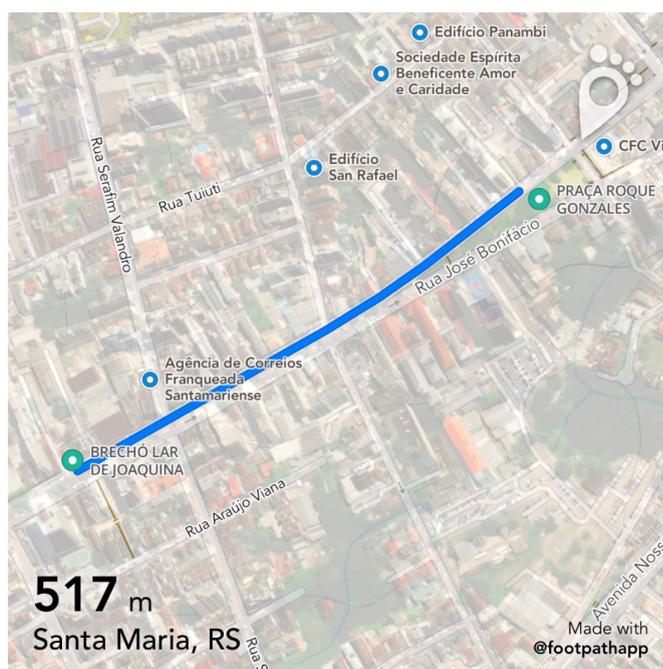
peças na página online. No brechó online, as vendas e a divulgação ocorrem diretamente na internet, em plataformas de e-commerce ou em redes sociais.

O encontro com a jovem foi marcado às 13 horas na Praça Roque Gonzales, na Rua José Bonifácio no Centro do município de Santa Maria - RS. Chegando no ponto de partida, até que chegasse a hora de abertura do primeiro brechó, através de uma conversa informal houve a apresentação da garimpeira e a introdução de um diálogo envolvendo a temática brechós.

Em um primeiro momento foi perguntado onde iríamos a seguir e o que a observada estava procurando naquele dia, ela respondeu dizendo “iremos primeiro no Brechó Lar da Joaquina que fica logo depois do Peruzzo, hoje eu quero garimpar alguns looks pro meu brechó, para vender online, peças vintages e no estilo anos 90 e 00, penso em jeans, roupas pesadas, como casacos, moletons, essas coisas...”.

Após a breve conversa introdutória, faltando poucos minutos para às 14 horas, nos direcionamos ao primeiro garimpo do dia, seguimos em frente na Rua Pinheiro Machado e depois na Avenida Presidente Vargas (Figura 7). Após alguns metros chegamos na fachada do brechó Lar de Joaquina (Figura 8), este que é um brechó beneficente da SEEC - Lar de Joaquina, onde toda a renda é revertida para a manutenção das atividades do Centro de Assistência Social Lar de Joaquina.

Figura 7: Trajeto utilizado para chegar até o primeiro Brechó da primeira observação participante - Brechó do Lar de Joaquina.



Elaboração: Autora, 2023.

Figura 8: Fachada do Brechó Lar da Joaquina.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

No Brechó Lar de Joaquina fomos umas das primeiras pessoas a chegar e por já conhecer o local, Beatriz se direcionou para uma arara específica mais ao fundo da loja, nesse momento foi perguntado o porquê da escolha daquele brechó para a rota, e enquanto ela mexia nas araras respondeu “*Nesse eu venho poucas vezes por ser um pouco distante... estava curiosa em vir de novo, porque dá outra vez encontrei boas peças, inclusive em couro legítimo e com CGC na etiqueta, vamos ver como vai ser hoje...*”.

Enquanto o garimpo acontecia mencionei estar curiosa sobre como foi feita a sua inserção e incorporação na moda e cultura brechó, com o intuito de compreender a relação e as memórias da observada com o espaço brechó, e a resposta foi “*acho que fui em um brechó pela primeira vez lá por 2015 na cidade onde eu nasci, na época não se falava muito sobre consumo consciente, moda circular etc, e o tema não chegava até mim. O brechó que eu visitei era super bagunçado, lembro que quando entrei eu pensei que não ia achar nada ali, mas naquele dia gostei de muitas peças, inclusive foi naquela época que decidi criar um brechó online para conseguir uma renda extra e deu super certo. Foi a partir do meu*

brechó e da internet que fui entrando em debates sobre esses temas, brechó, sustentabilidade, moda, second hand e todo esse universo”.

Ainda sobre suas memórias e vivências ela inteirou que foi a partir dos brechós que começou a se interessar por moda e o interesse por esse estilo a ajudou a expressar sua identidade através das suas vestimentas. Isso reafirma o fato da moda e da vestimenta ter papel expressivo no que se refere à identidade, atuando entre o indivíduo e a sociedade. Isso porque, por meio do vestuário e da corporeidade, é possível se expressar e se comunicar. Lima (2018) em seu trabalho cita o livro intitulado *Moda, uma filosofia* de Lars Vandersen que se propõe a elucidar como as roupas que vestimos contribuem para a construção da nossa identidade e, para além como a moda e as vestimentas constituem formas de expressar nossas individualidades e nossas identidades. Lima (2018) ressalta que quando Vandersen afirma que “o vestuário é parte do indivíduo, não algo externo à identidade pessoal”, o autor está reafirmando que as escolhas do que vestimos é uma forma de expressar quem somos e representamos.

A observada também foi indagada, ao longo da conversação, sobre como ela via os brechós antes de se tornar uma garimpeira, e ela respondeu que nunca havia pensado no assunto, até entrar em um, visto que começou a frequentar brechós desde a adolescência, mas completou dizendo que em um pequeno momento antes de entrar no seu primeiro garimpo/brechó ficou com dúvida e achou estranho em um pequeno instante, frequentar aquele ambiente. Disse também que agora entendia que talvez, esse sentimento, seja pelo ideal intrínseco que a sociedade tem em relação às peças de segunda mão. Ou seja, o relato da primeira observada ressalta o pensamento comum da sociedade em relação a ambientes como brechós, em geral os consumidores não compram em brechós devido a fatores como superstições, associações negativas, preconceito e desinformação.

Ainda no primeiro brechó falamos sobre como Beatriz enxerga e entende os brechós na atualidade, com o intuito de entender como se compõe a representação do espaço e como foram acessadas certas imagens sociais nesse caso. Ao longo da conversa pode-se entender que a representação de determinada época, nesse caso os anos 90, era a principal concepção que a mesma tinha sobre brechós hoje em dia. Segundo ela “*nos brechós podemos viajar no tempo, os tecidos e caimentos são únicos e marcam décadas, por exemplo, as peças vintages hoje em dia só podem ser encontradas em brechós, é a única maneira de adquirir esses produtos, quem*

procura por essa moda visa comprar em brechós”, e ainda completou afirmando que “a moda é cíclica, as tendências vão e voltam e os brechós fazem parte desse processo e dessa forma sempre representarão as diversas fases da moda”. Assim dizendo, para Beatriz os brechós hoje, diferente da sua primeira concepção, apresentam uma relação direta com a moda, o vintage, o atemporal e o sustentável.

Neste momento da conversa, reservou-se um tempo para que a observada garimpasse e realizasse o seu ritual de garimpo como de costume, revirando pilhas e mexendo em araras. Cerca de 30 minutos depois o garimpo já tinha sido finalizado e algumas peças foram selecionadas (Figura 9). A garimpeira comentou o que tinha achado do garimpo *“não foi aquele garimpo surpreendente, mas deu pra encontrar algumas pecinhas para a loja, como esse blazer de couro legítimo e essas blusas coloridas e bem vintages”*.

Figura 9: Mosaico com os garimpos realizados pela primeira observada da pesquisa.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

O segundo (Figura 10) e o terceiro (Figura 11) brechó que estivemos ficam na Avenida Rio Branco, a cerca de 1,8 km do Lar da Joaquina, estes são brechós do tipo bagunça e não possuem um nome específico na fachada, nem representam um nicho ou estilo específico (Figura 12). No segundo brechó, o garimpo durou cerca de

Figura 12: Mosaico estampando as fachadas dos brechós 2 e 3, respectivamente.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Como é possível visualizar na Figura 13, esses são brechós com espaços menores, o terceiro é apenas um corredor apertado e de difícil acesso, perguntei o que a observada achava disso e a resposta foi *“pra quem garimpa não é um problema, gostamos de buscar pelas peças, geralmente são nesses brechós mais bagunçados que encontramos as melhores peças e, principalmente, com o menor custo”*. Questionei também o porquê da escolha daqueles brechós para o trajeto e a Beatriz afirmou *“são brechós baratos e que costumo ir quando venho para o centro da cidade, como tem alguns próximos dá pra fazer uma rota e ir em vários na mesma tarde, dessa forma fica mais fácil de encontrar algo de valor”*.

Figura 13: Espaços dos brechós 2 e 3, respectivamente.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

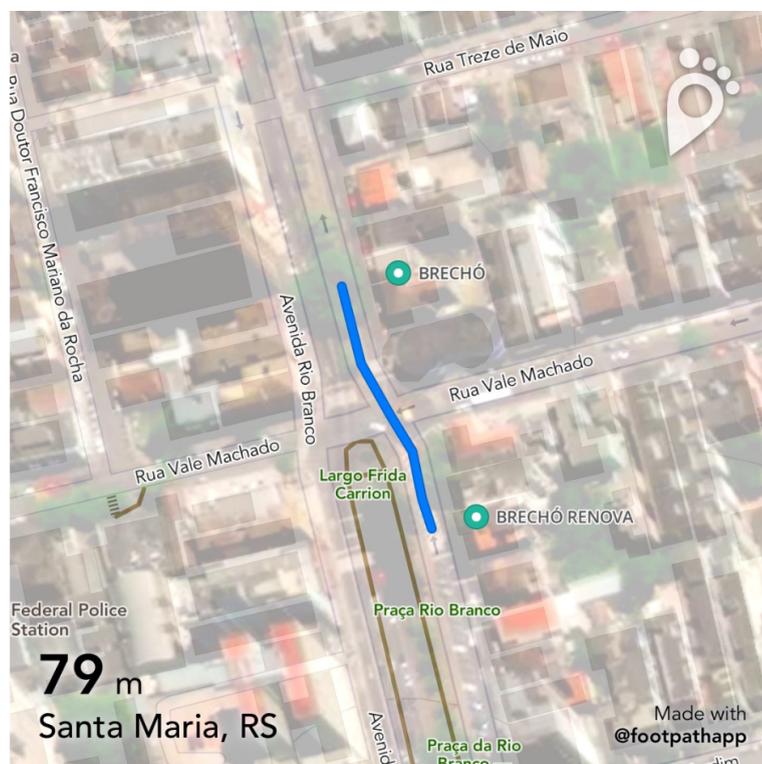
O quarto brechó visitado na rota foi o Renova (Figura 14), bem próximo do segundo e do terceiro (Figura 15), também localizado na Avenida Rio Branco, este brechó possui um ambiente mais organizado que os dois anteriores e as peças passam por uma breve curadoria da proprietária. Neste a garimpeira comprou algumas peças (Figura 16), dentre elas peças em couro legítimo, lã e alfaiataria. Como nos anteriores, o motivo da escolha deste brechó era o preço das peças e a localização favorável para a rota.

Figura 14: Fachada e espaço do Brechó Renova.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 15: Trajeto utilizado para chegar até o quarto Brechó da primeira observação participante - Brechó Renova.



Elaboração: Autora, 2023.

Figura 16: Garimpos feitos no Brechó Renova.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

O último brechó do campo chama-se Mariane Boutique Brechó (Figura 17) e se localiza a cerca de 350 metros do Brechó Renova na Avenida Rio Branco (Figura 18). Quando chegamos nesse ponto nos deparamos com o brechó fechado, por esse motivo as últimas observações foram feitas fora do brechó. Perguntei primeiramente nesse momento o que ela achou daquela tarde de garimpo e o que ela levava em consideração para avaliar um brechó como bom, e ela relatou *“foi um dia comum, não garimpei nada excepcional, mas isso acontece algumas vezes, são peças legais mas poderia ser melhor”*.

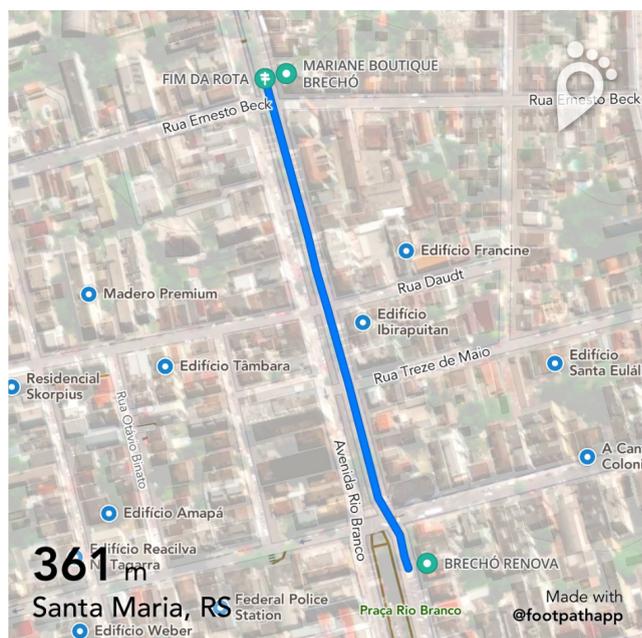
Sobre avaliar os brechós ela salientou *“eu acho que o preço e a preservação das peças são os pontos principais para avaliar, como eu garimpo para venda é imprescindível, não me importo com organização, localização etc... até mesmo quando se trata de garimpos pessoais”*. Ainda nesta oportunidade perguntei sobre as tipologias de brechó que ela mais gostava e a observada inteirou *“geralmente os mais bagunçados são mais baratos e possuem uma variedade de estilos mais amplo então eu gosto, além desses os beneficentes são interessantes, e daí varia podem ser mais organizados ou não”*.

Figura 17: Fachada do Mariane Boutique Brechó.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 18: Trajeto utilizado para chegar até o quinto brechó da primeira observação participante - Mariane Boutique Brechó.



Elaboração: Autora, 2023.

Para finalizar a observação, a questioneei sobre alguns pontos no decorrer da conversação com o intuito de responder às seguintes indagações: O que você procura em brechós e o que os brechós representam pra você? e em relação a esse trajeto, ele costuma ser o mesmo em outros garimpos feitos por você ou foi

construído exclusivamente para o dia de hoje? Em relação ao primeiro ponto, a resposta da observada foi “*como eu disse, os brechós para mim representam um consumo mais consciente, além de peças únicas e exclusivas e é isso que eu procuro*”. Sobre o trajeto a observada inteirou “*sim, esse é um trajeto que eu costumo fazer quando venho para o centro da cidade, em alguns casos eu ainda vou em outros além desses, mas sim esse caminho faz parte dos meus garimpos na cidade*”. Sendo assim, podemos afirmar que a rota feita pela observada proporcionou uma percepção efetiva do espaço vivido (corpóreo) dessa garimpeira em questão.

Destarte, o trajeto da primeira observação participante resultou na seguinte rota (Figura 19), foram visitados e espacializados, ao todo, cinco brechós. Os brechós visitados foram Brechó Lar da Joaquina, dois brechós sem nome na Avenida Rio Branco, Brechó Renova e Mariane Boutique Brechó.

Figura 19: Rota final de garimpo da observação participante 1.



4.2.2 Observação participante 2

A segunda observação participante foi realizada no dia 09/10/2023 com um jovem, do gênero masculino, de 21 anos, que iremos chamar de Felipe. Felipe é estudante e garimpa em brechós para consumo próprio a cerca de 2 anos, o foco é desde moda até livros e eletrônicos.

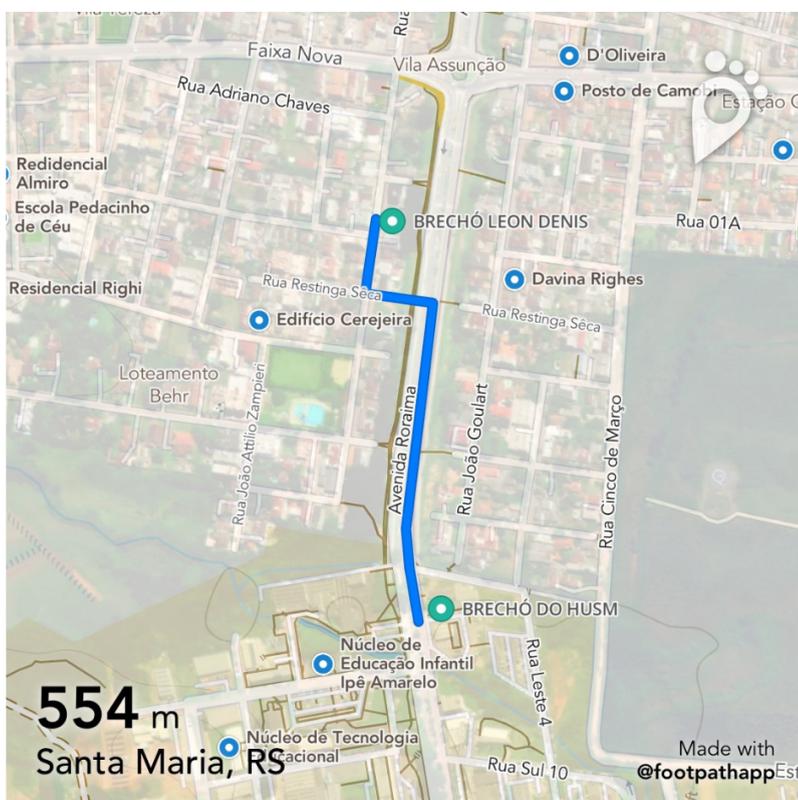
O encontro com o jovem foi marcado às 13 horas na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) no bairro Camobi em Santa Maria - RS. Chegando no ponto de partida, nos direcionamos ao primeiro brechó do dia, enquanto isso, através de uma conversa informal, novamente, foi feita a introdução de um diálogo sobre a temática brechós. Primeiramente conversamos sobre os interesses desse dia de garimpo e Felipe se mostrou aberto e segundo ele *“não dá pra sempre ter um foco específico, pois muitas vezes você não vai encontrar exatamente o que procura, mas provavelmente vai encontrar muitas coisas interessantes e que não esperava, mas de maneira geral, hoje gostaria de encontrar algumas peças esportivas para academia e dia a dia”*.

O primeiro brechó da rota fica dentro da UFSM (Figura 20) e se chama Brechó Amigos do HUSM (Figura 21), brechó este que faz parte da Associação dos Amigos do HUSM (AAHUSM), que é uma organização não governamental e filantrópica que promove ações solidárias que proporcionam o bem-estar aos pacientes do hospital universitário e a seus familiares. A associação trabalha, principalmente, para identificar as necessidades apontadas pelos setores e na busca de recursos e na promoção de campanhas para arrecadação de verbas. Felipe atribuiu a escolha do brechó à proximidade com a UFSM.

pela primeira vez em 2019 e o seu interesse pelo meio veio através de uma amiga. Sobre o assunto Felipe comentou *“comecei a me interessar por brechós através de uma amiga da faculdade, a partir disso conheci vários brechós online com curadoria e os primeiros garimpos foram neles, depois disso frequentei alguns brechós em Santa Maria e gostei”*. O observado também mencionou que antes de conhecer o seu primeiro brechó não tinha uma boa percepção sobre esses espaços e acreditava que não seria possível se vestir “bem” através das vestimentas encontradas em brechós, ou então encontrar outros itens interessantes nesses ambientes. Durante sua busca no Brechó Amigos do HUSM o jovem não efetivou nenhum garimpo.

Após a busca por garimpos no primeiro brechó, o observado nos direcionou até o segundo brechó do trajeto (Figura 22), o Brechó Leon Denis (Figura 23). Neste, a renda também é revertida para assistência a pessoas em tratamento médico hospitalar. A escolha também foi associada à distância com a Universidade, além dos preços acessíveis, e o fato deste ser um brechó que ele costuma encontrar itens do seu interesse.

Figura 22: Trajeto utilizado para chegar até o segundo brechó da segunda observação participante - Leon Denis.



Elaboração: Autora, 2023.

Figura 23: Mosaico ilustrando a fachada do Brechó Leon Denis.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

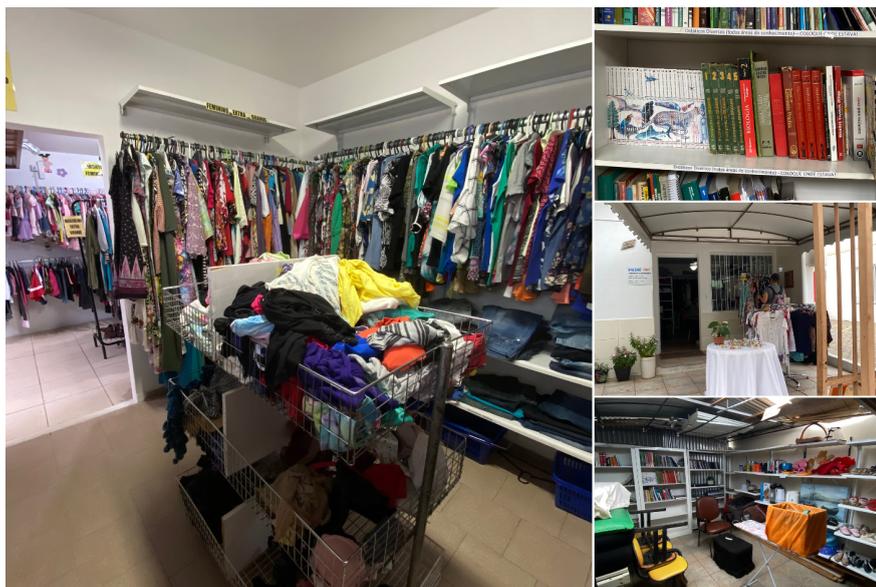
No Brechó Leon Denis o observado garimpou por cerca de 1 hora o que resultou em dois achados (Figura 24) que preencheram as suas expectativas iniciais, uma calça esportiva e uma t-shirt de time de Futebol original vintage, está que o mesmo considerou um ótimo achado. Ambas as peças custaram R\$10 em média. O espaço deste brechó é classificado como bagunça (Figura 25), por não possuir um estilo específico e receber peças de todo tipo.

Figura 24: Mosaico com os garimpos feitos no Brechó Leon Denis.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 25: Mosaico ilustrando o espaço físico do Brechó Leon Denis.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

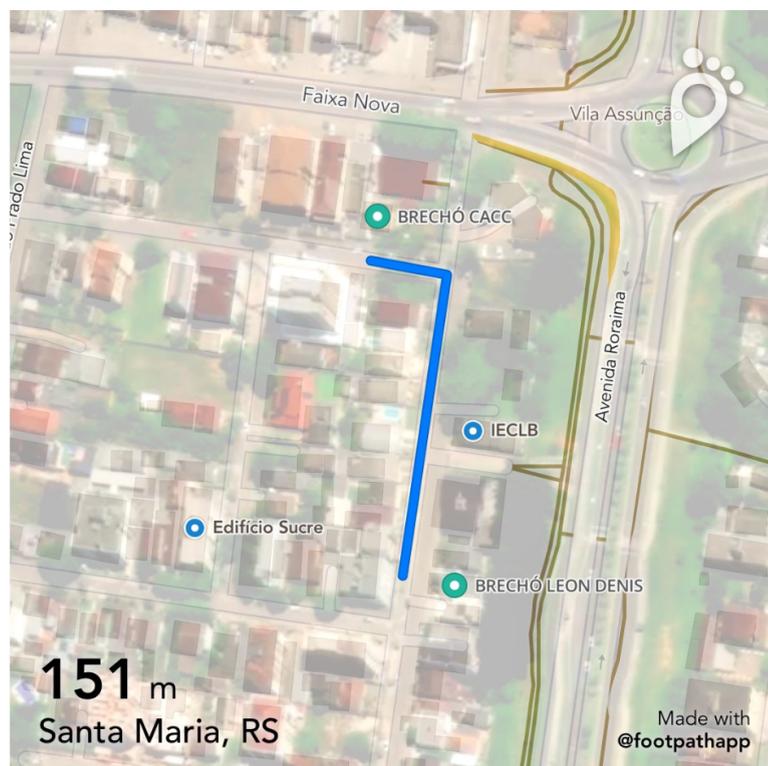
O terceiro brechó da rota de garimpo de Felipe foi o Brechó do CACC (Figura 26) que fica a cerca de 151 metros do Brechó Leon Denis (Figura 27). O brechó do Centro de Apoio à Criança com Câncer - CACC destina todo o seu lucro para ajudar as crianças e familiares que se hospedam no centro para tratamento. A escolha desse brechó para rota é a localização que proporciona e facilita o seu trajeto de busca/garimpo.

Figura 26: Fachada do Brechó CACC.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 27: Trajeto utilizado para chegar até o terceiro brechó da segunda observação participante - Brechó do CACC.



Elaboração: Autora, 2023.

No Brechó do Centro de Apoio à Criança com Câncer - CACC o garimpo durou cerca de 30 minutos e resultou em três achados que também estavam de acordo com a sua busca principal (Figura 28). O Brechó do CACC é considerado um brechó do tipo bagunça devido aos preços baixos, os tipos de peças variadas e por se tratar de um brechó beneficente, apesar disto o mesmo apresenta um espaço mais organizado e amplo quando comparado a outros brechós desse tipo mostrando que ainda existem variações dessas tipologias e que as mesmas são flexíveis (Figura 29). Neste brechó todas as peças estão disponibilizadas em cabides e possuem etiquetas de preço individuais.

Figura 28: Mosaico com os garimpos feitos no Brechó do CACC.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 29: Mosaico ilustrando o espaço físico do Brechó do CACC.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

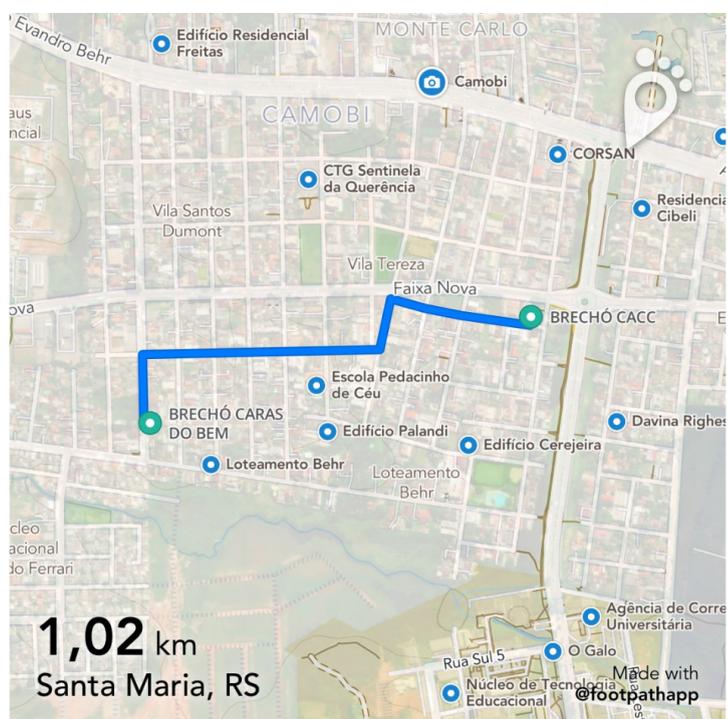
O último brechó do segundo campo chama-se Brechó Caras do Bem (Figura 30) e se localiza a cerca de 1km do Brechó CACC (Figura 31). A associação comunitária Caras do Bem tem como objetivo reverter os seus lucros em ações com o intuito de apoiar e auxiliar indivíduos em situações de vulnerabilidade econômica e social.

Figura 30: Fachada do Brechó Caras do Bem.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 31: Trajeto utilizado para chegar até o quarto brechó da segunda observação participante - Brechó Caras do Bem.



Elaboração: Autora, 2023.

Neste brechó foram feitas as últimas observações, como consta na metodologia, e ao questionar a motivação para o brechó estar na rota, o observado mencionou que este é um brechó que recebe muitos itens diferenciados e por isso gosta de ir até lá. Neste momento Felipe fez algumas considerações sobre os critérios que ele usa para avaliar os brechós como bons ou ruins. Segundo ele, *“não existe brechó ruim, pois sempre existe a possibilidade de você encontrar algo, basta ter vontade de procurar, mas claro, existem alguns brechós que possuem peças mais selecionadas e curadas e esses são mais agradáveis”*. Vale ressaltar que neste brechó o garimpo durou cerca de 40 minutos e o observado garimpou apenas uma peça, sendo ela um casaco de frio, novo, sem uso e com etiqueta (Figura 32).

Figura 32: Mosaico com o garimpo feito no Brechó do Caras do Bem.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Ao decorrer da conversação o observado discursou sobre aquela tarde de garimpo *“foi um bom garimpo, encontrei aquilo que eu estava precisando no momento e por um preço muito baixo”*. Na mesma oportunidade perguntei sobre as tipologias de brechó que ele mais gostava e ele inteirou *“eu gosto mais dos mais organizados e com curadoria, mas aqui em Camobi não existem muitos, porém o*

lado bom destes que fomos é o preço, que é muito bom, então vale a pena o esforço adicional”.

Para finalizar a segunda observação participante, questionei o observado sobre os seus os seus interesses gerais em brechós e sobre o que os brechós representam para ele. Em relação aos seus interesses, ele mencionou vestuário, objetos colecionáveis, livros e eletrônicos como os principais. Em relação a representação dos brechós Felipe afirmou *“hoje eu enxergo os brechós como uma alternativa de consumo, coisa que a poucos anos atrás não era uma opção pra mim, porque eu nem olhava pra esses lugares, acredito que toda essa onda de inserção de brechós tenha auxiliado na mudança do meu pensamento”*. Ele inteirou *“hoje eu gosto de ir a esses espaços e não vejo problema nenhum em consumir peças e objetos usados”*.

Por último, em relação ao trajeto realizado em campo, questionei se ele costuma ser o mesmo em outros garimpos ou se foi construído exclusivamente para o dia da observação. Segundo ele, esse trajeto já tinha sido feito outras vezes e esses brechós já são conhecidos por ele. Felipe nessa ocasião ainda mencionou que gostaria de conhecer novos brechós na cidade, mas que acaba não tendo tempo devido às atividades do cotidiano.

Destarte, o trajeto da segunda observação participante resultou na seguinte rota (Figura 33), foram visitados e espacializados, ao todo quatro brechós. Os brechós visitados foram Brechó Amigos do HUSM, Brechó Leon Denis, Brechó do CACC e Brechó Caras do bem.

Figura 33: Rota final de garimpo da observação participante 2.



2 Brechó Amigos do HUSM 3 Brechó Leon Denis 4 Brechó do CACC 5 Brechó Caras do Bem

Elaboração: Autora, 2023.

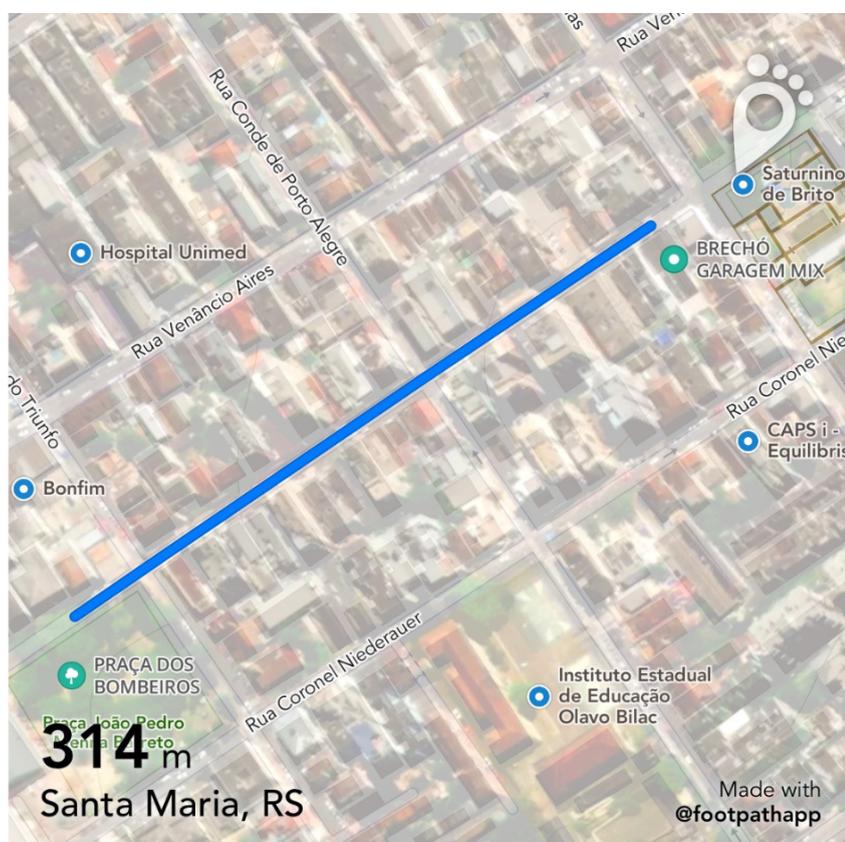
4.2.3 Observação participante 3

A terceira, e última, observação participante foi realizada no dia 15/10/2023 com Joana, uma psicóloga de 27 anos que reside em Canoas - RS e estava de passagem na cidade de Santa Maria - RS nesse período. Joana, assim como Felipe, também garimpa em brechós para consumo próprio. Vale ressaltar que, segundo ela, cerca de 90% do seu guarda-roupa é composto por roupas de segunda mão. Os brechós que ela visitou nesta data foram localizados através do *Google Maps* e não eram conhecidos por Joana, ou seja, nessa pesquisa foram observados os primeiros garimpos da observada nesses brechós, diferentemente do ocorrido nas observações anteriores.

O ponto de encontro com Joana foi a Praça dos Bombeiros e foi marcado às 13 horas. Assim como nas observações anteriores, em um primeiro momento, através de uma conversa informal, foi feita a introdução de um diálogo sobre a temática brechós para compreender de forma clara a relação da garimpeira com o espaço do brechó. Nesta ocasião ela explicou o que estava procurando naquele dia *“hoje eu estou em busca de roupas para trabalho, blusas básicas, calças jeans e sociais para o dia a dia”*.

Após esse período inicial de conversa a observada nos direcionou para o primeiro brechó (Figura 34), que recebe o nome de Garagem Mix (Figura 35) e fica a alguns metros de distância da Praça dos Bombeiros. Chegando no local a mesma deu início a sua procura pelas peças idealizadas. Vale ressaltar, que o brechó Garagem Mix é caracterizado como um brechó mais organizado e amplo (Figura 36) o que facilita a busca pelos produtos.

Figura 34: Trajeto utilizado para chegar até o primeiro Brechó da terceira observação participante - Brechó Garagem Mix.



Elaboração: Autora, 2023.

Figura 35: Fachada do Brechó Garagem Mix.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 36: Espaço do Brechó Garagem Mix



Fonte: Acervo pessoal da autora.

No Garagem Mix Joana garimpu por cerca de 40 minutos, durante esse período ela comentou que escolheu aquele brechó pois quando fez a sua pesquisa, encontrou a página online e achou interessante, segundo ela *“achei a página bem organizada e o espaço bonito, queria muito vir aqui garimpar e conhecer”*. Assim como nas outras observações a conversa foi encaminhada com o objetivo de contextualizar a relação da observada com o tema de estudo, nesse diálogo Joana afirmou que garimpa a cerca de 8 anos, em suas palavras *“minha história com*

brechó começou a muitos anos atrás, foi natural, entrei em um brechó de bairro e comecei a garimpar...no início eu não sabia como garimpar direito, mas gostava de passar um tempo naquele ambiente, e foi com o tempo que fui compreendendo que o garimpo muitas vezes é demorado mas sempre é gratificante”.

Um momento interessante do acompanhamento com a psicóloga foi quando a mesma fez o seguinte comentário sobre sua conexão com brechós *“muita gente gosta de passear no Shopping, eu gosto de sair para garimpar como hobby”.* Mostrando aqui seu vínculo com aquele espaço social e com as suas representações. Ainda sobre sua relação com brechós, a mesma relatou que a sua percepção sobre brechós nunca foi negativa ou discriminatória, mesmo antes de conhecer esse universo.

Após o garimpo de quase uma hora, a psicóloga experimentou diversas peças e selecionou algumas para adquirir (Figura 37). É interessante observar que algumas peças não fazem parte do perfil inicial mencionado na conversação primária, mesmo assim acabaram sendo garimpadas no processo. Sendo assim, foi questionada a razão pela qual aquelas peças foram garimpadas naquele dia e a resposta foi que *“geralmente isso acontece né, nem sempre encontramos de cara a peça que procuramos, e em alguns momentos encontramos outras que são super legais e que não estávamos esperando”.*

Figura 37: Mosaico com garimpos feitos no Brechó Garagem Mix.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

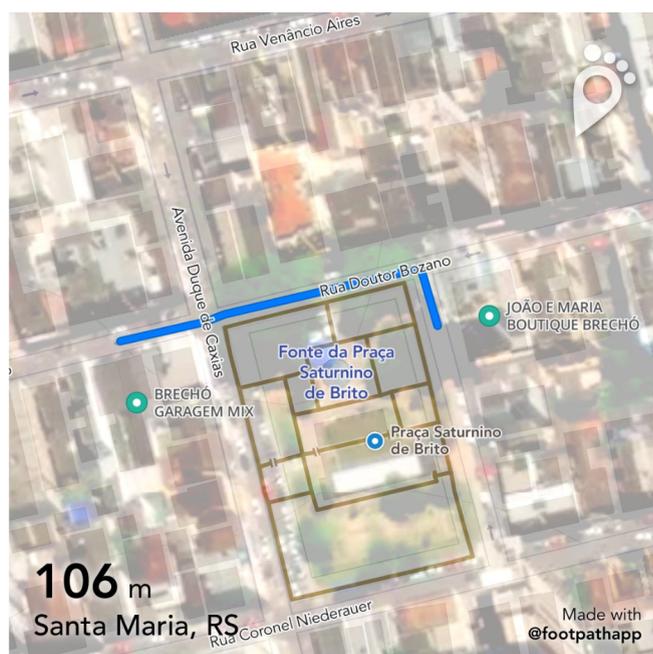
O segundo brechó visitado foi João e Maria boutique brechó (Figura 38) que fica a 106 metros de distância do Brechó Garagem Mix (Figura 39). Neste brechó o garimpo durou cerca de 25 minutos e a razão de escolha do local para o garimpo foi a mesma em todos os brechós, visto que a observada não conhecia nenhum brechó presencialmente na cidade de Santa Maria - RS.

Figura 38: Fachada do Brechó João e Maria Boutique Brechó.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

Figura 39: Trajeto percorrido no deslocamento do Brechó Garagem Mix até João Maria Boutique Brechó.



Elaboração: Autora, 2023.

Uma especificação interessante do João e Maria Boutique Brechó é que ele possui uma seleção de peças de grife e, portanto, com um valor mais alto que o convencional de brechós bagunça (Figura 40). Além das peças de grifes, o brechó também possui seleções de peças de lojas de departamento e marcas menores em geral. No brechó, Joana garimpu três peças, sendo elas um conjunto social como a mesma desejava (Figura 41).

Figura 40: Seleção de peças de grife do João e Maria Boutique Brechó.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

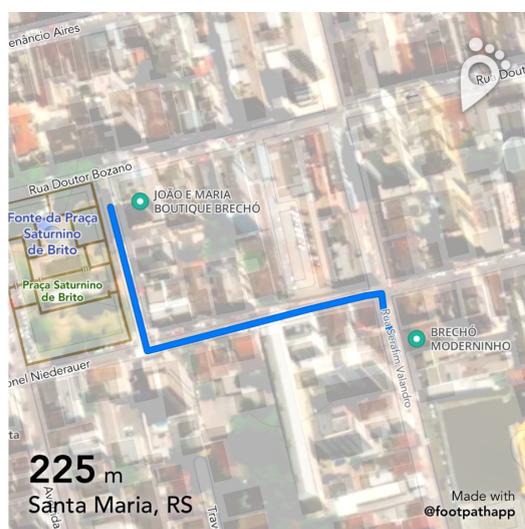
Figura 41: Garimpos feitos no João e Maria Boutique Brechó



Fonte: Acervo pessoal da autora.

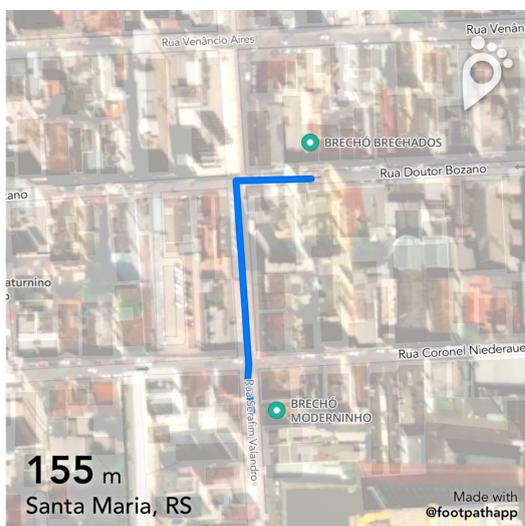
O terceiro e o quarto brechós visitados foram respectivamente, o Brechó Moderninho e o Brechados, seguindo os seguintes trajetos (Figura 42 e Figura 43). Esses são brechós bem distintos entre si, visto que o primeiro se trata de um ambiente apertado e menos organizado, diferentemente do Brechados que é um ambiente amplo, organizado e com curadoria (Figura 44), expressando as diferentes tipologias de brechós. Em ambos os brechós a terceira observada não garantiu nenhuma peça, mas apontou que o Brechados foi o seu brechó favorito da rota.

Figura 42: Trajeto percorrido no deslocamento do João e Maria Boutique Brechó até o Brechó moderninho.



Elaboração: Autora, 2023.

Figura 43: Trajeto percorrido no deslocamento do Brechó moderninho até o Brechados.



Elaboração: Autora, 2023.

Figura 44: Diferenças dos espaços dos brechós Moderninho e Brechados.



Fonte: Acervo pessoal da autora.

O Brechados foi o último brechó visitado da rota, deste modo houve uma conversação para finalizarmos a observação. Neste momento foi perguntado o que, de forma geral, a observada procura quando vai em brechós e qual tipologia de brechó mais lhe agrada. Segundo ela todas as roupas que ela veste ela procura em brechós, visto que grande parte das suas roupas são de segunda mão, nas palavras dela *“não tenho um estilo específico, gosto e uso vários, casual, vintage, formal, esportivo e vários outros, depende muito do caimento, recorte etc... no geral gosto de peças práticas e coringas”*. Ela completa afirmando que *“em brechós você consegue encontrar vários estilos e experimentar novos”*. Sobre as tipologias de brechós, ela declarou que prefere os mais nichados e organizados, mas que também encara os do tipo bagunça quando está com tempo para garimpar.

Ainda nesse sentido, dialogamos sobre as representações do brechó para ela e o que ela leva em consideração para escolher os brechós que frequenta. *“Como eu falei eu amo brechós, eles representam basicamente o que eu visto e gosto, gosto dos valores, das peças e tudo mais”*. Por fim, o tópico relacionado a rota não foi pautado pois a mesma estava visitando os brechós pela primeira vez.

Por fim, o trajeto da terceira, e última, observação participante resultou na seguinte rota (Figura 45), foram visitados e espacializados ao todo quatro brechós.

Os brechós visitados foram Brechó Garagem Mix, João e Maria Boutique Brechó, Brechó Moderninho e Brechó Brechados.

Figura 45: Rota final de garimpo da observação participante 3.



Elaboração: Autora, 2023.

5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração do presente trabalho possibilitou, através das observações participantes e cartografias realizadas, corroborar com as teorias trabalhadas anteriormente. A partir disso, pode-se elaborar algumas conexões das teorias com os resultados obtidos nas práticas, como por exemplo: o processo de garimpo como *habitus* e o *habitus* como constituinte das práticas espaciais. Além disso, a pesquisa propiciou a aplicação da teoria de Henri Lefebvre nas práticas de observações participantes, evidenciando como se dá a produção do espaço do brechó, especificamente.

5.1 OS CONCEITOS DE *HABITUS* E PRÁTICAS ESPACIAIS DO GARIMPO OBSERVADOS NA PRÁTICA DA OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE

As práticas espaciais são instituídas por um *habitus*, portanto estes são conceitos entrelaçados. Segundo Sodré (2021, p. 3) “o *habitus*, em grande medida, define as condições de realização das experiências que os sujeitos têm com o espaço, uma vez que ele reforça ou inibe a apropriação de lugares pela incorporação ou não de disposições necessárias ao seu uso”. Além disso, “o *habitus* é como um mecanismo que depende de uma situação, um contexto, geralmente espacial, para que seja ativado” (SODRÉ, 2021, p.12).

Tendo em vista isso, a realização das três observações participantes evidenciaram que cada um dos garimpeiros possuem *habitus* e, conseqüentemente, retratam práticas espaciais específicas, estas que se assemelham entre si. Ademais, quando perguntado aos observados sobre a recorrência da realização dos trajetos, das ações ritualísticas e práticas, pode-se observar que eles possuíam certas técnicas e métodos para a execução do garimpo. Desse modo, podemos afirmar que, nesse contexto, as próprias ações ritualísticas constituem *habitus*, alguns exemplos dessas ações ou *habitus* são as rotas construídas e repetidas, a maneira específica de garimpar, as escolhas dos brechós ideais, entre outros. Vale ressaltar que, o *habitus* pode se modificar, mas dentro de certos limites, porque este “define a percepção da situação que o determina” (BOURDIEU, 1983, p. 106).

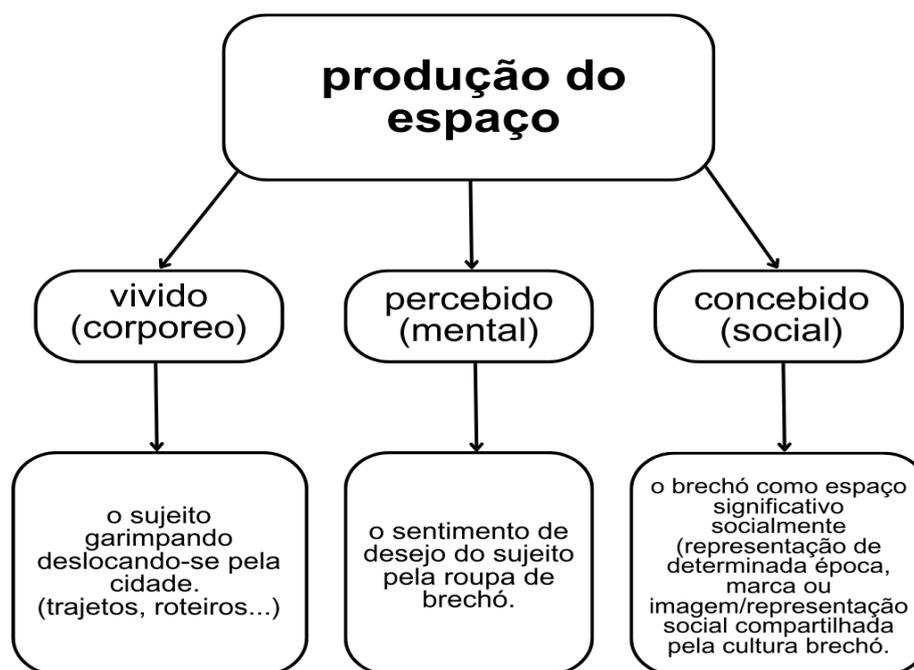
A afirmação da psicóloga Joana, terceira observada da pesquisa, que diz que cerca de 90% do seu guarda-roupa é composto por roupas de segunda mão, por

exemplo, reforça a teoria do *habitus* como disposições, estilos de vida, maneiras e gostos incorporados, visto que os brechós fazem parte do seu dia a dia e a maneira que ela busca as roupas que veste expressa práticas espaciais específicas. Os observados um e dois também retratam o garimpo como *habitus* quando mencionam repetir suas rotas de garimpo.

5.2 A TRÍADE DE HENRI LEFEBVRE APLICADA A PRODUÇÃO DO ESPAÇO DO BRECHÓ

A tríade proposta no trabalho (Figura 46) levou em consideração a relação entre sujeitos, espaços de consumo da moda brechó e espaço da cidade como prática de garimpo. Além disso, relacionou os espaços vivido, percebido e concebido com a prática de garimpo em brechós na cidade de Santa Maria - RS.

Figura 46: Tríade da produção do espaço do brechó.



Elaboração: Autora, 2023.

Esta tríade foi validada através da prática de observação participante, o espaço vivido como aquele espaço onde o sujeito realiza o garimpo deslocando-se pela cidade em busca de determinadas roupas ou brechós, pôde ser visualizado em

todos os observados, visto que, para deslocar-se pela cidade, os sujeitos utilizaram de rotas e trajetos individuais e resultado de vivências e socialização dos indivíduos.

O espaço percebido, por sua vez, aquele que é entendido como o espaço mental, ou seja, o desejo pessoal do sujeito ao buscar uma roupa ou nota-lá em alguma arara ou vitrine de brechó, ficou claramente visível nas falas dos observados, os três demonstraram entender os espaços dos brechós como lugares que propiciam o desejo pela busca de vestimentas específicas. Esse fato reafirma que o sujeito que veste a moda brechó possui uma percepção única das peças encontradas nos garimpos, mostrando a relação e a influência do espaço com o sujeito.

O espaço concebido, que nesse contexto é como brechó é significativo socialmente para aquele que garimpa, seja por representar uma época ou geração, seja por possuir uma marca específica ou manifestar uma imagem/representação social que é compartilhada pela cultura brechó, também ficou evidente nas observações. Beatriz, por exemplo, ao explicar o que os brechós representavam para ela mencionou que os brechós a lembravam da moda anos 90 e segundo ela *“nos brechós podemos viajar no tempo, os tecidos e caimentos são únicos e marcam décadas, por exemplo, as peças vintage hoje em dia só podem ser encontradas em brechós, é a única maneira de adquirir esses produtos, quem procura por essa moda visa comprar em brechós”*. Desse modo, para Beatriz os brechós representam uma relação direta com a moda, o vintage, o atemporal e o sustentável.

5.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De maneira geral, tendo em vista as três observações participantes realizadas em Santa Maria - RS podemos concluir que existem algumas possibilidades no que diz respeito ao consumo em brechós, desde a compra para revenda em empreendimentos próprios, como é o caso de Beatriz, até para uso pessoal, como nos casos de Felipe e Joana. Todos os observados demonstraram de maneira satisfatória suas práticas espaciais onde o sujeito deslocou-se pela cidade atrás do garimpo, desejou peças de brechó e expressou representações e significados dos brechós no seu cotidiano.

Através dos relatos e das vivências dos entrevistados podemos notar a importância da moda e da vestimenta na construção da identidade e expressão da corporeidade do sujeito no espaço. Nesse sentido, constata-se que a vestimenta vai além da sua função de proteção do corpo e transforma-se num método de habitar o território da identidade. Para além, os brechós apresentam uma forma nichada da moda para expressar essas identidades.

Vale ressaltar que, através da espacialização de brechós realizadas no trabalho, foi possível verificar que o brechó é um modelo de comércio que ocupa um espaço significativo na cidade. Ao todo foram localizados 40 brechós e é interessante observar que em nenhuma das três rotas, realizadas nas observações com os garimpeiros, houve a repetição de brechós visitados, o que demonstra uma diversidade considerável desse modelo de comércio na cidade de Santa Maria - RS.

Esse trabalho desempenhou o aprofundamento das teorias sobre práticas espaciais e produção do espaço utilizando a geografia das vestimentas e geografia da moda, propiciando a intersecção dessas temáticas e abordando um tema inédito e com teorias pouco trabalhadas, principalmente na ciência geográfica. Nesse sentido, através da perspectiva do sujeito, foi possível compreender como se dão as práticas espaciais do garimpo em brechós na cidade de Santa Maria - RS.

Em tese, pode-se afirmar que houveram interações entre diferentes temáticas da geografia, sendo as principais delas, a cartografia temática, as práticas espaciais, a produção do espaço, a geografia das vestimentas e a geografia da moda. O desenvolvimento da presente pesquisa possibilitou a compreensão da relação entre essas temáticas e a análise dos dados levantados com os garimpeiros permitiu a realização de um estudo participativo em profundidade.

REFERÊNCIAS

ALVES, G. A. A produção do espaço a partir da tríade lefe-bvriana concebido/percebido/vivido. **Geosp – Espaço e Tempo** (Online), v. 23, n. 3, p. 551-563, dez. 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/geosp/article/view/163307/158253> Acesso em: 15 jul. 2023.

AMBROGINI, C. S. **Um novo olhar para a moda de luxo no século XXI através do crescimento dos brechós**. Monografia - Universidade Do Sul De Santa Catarina. Florianópolis, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/17349/1/TCC%20FINAL%20-%20Cynthia%20S.%20Ambrogini%20-%20publicacao.pdf> Acesso em: 22 mai. 2023.

BENTON, D.; HAZELL, J.; HILL, J. **The Guide to the Circular Economy**. New York, USA: GreenLeaf Publishing Limited. 2014.

BITTENCOURT, V. L. **O consumo de roupas de brechó: um olhar antropológico**. Monografia - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/83572/000905358.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 22 mai. 2023.

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

BOURDIEU, P. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero Limitada, 1983.

BOURDIEU, P. **Razões práticas: Sobre a teoria da ação**. Campinas, SP: Papirus, 1996.

CARDOSO, C. **Do espaço concebido ao espaço vivido: um estudo de caso sobre as representações espaciais e identidades na Favela da Maré, RJ**. Tese (Doutorado), Niterói - RJ, 2006. Disponível em: <https://docplayer.com.br/68772630-Do-espaco-concebido-ao-espaco-vivido-um-estudo-de-caso-sobre-as-representacoes-espaciais-e-identidades-na-favela-da-mare-rj.html> Acesso em: 15 jul. 2023.

CASTANHO, N. M. **Deslocamentos e padrões de consumo da moda feminina em Presidente Prudente - SP**. Monografia, 20 dez. 2018. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/203321/000927610.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 08 ago. 2023.

COCATO, G. P. Práticas espaciais de consumo nas cidades: conteúdos e desigualdade socioespacial. **Estudos Geográficos: Revista Eletrônica de Geografia**, v.20, n. 3, 2023. Disponível em: <https://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/estgeo/article/view/17150/> Acesso em: 08 ago. 2023.

CORREIA, M. C. A Observação Participante enquanto técnica de investigação. **Pensar Enfermagem**, 13(2), p. 30-36, 1999.

CORRÊA, R. L. Diferenciação sócio-espacial, escala e práticas espaciais. **Revista Cidades**, v. 4, n. 6, 18 jan. 2007. Disponível em: <https://periodicos.uffs.edu.br/index.php/cidades/article/view/12795/8363> Acesso em: 08 ago. 2023.

DUARTE, J. A. da S. **Os impactos económicos, sociais e ambientais da fast fashion: o caso Zara**. Lisboa, out. 2021. Disponível em: <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/23473/1/DM-JASD-2021.pdf> Acesso em: 05 jul. 2023.

FERNANDES, G.; CRUZ, M. R.; PASSOS, P. G. dos. Brechós e o ritual por trás de cada garimpo. In: PEREZ, C.; TRINDADE, E.(orgs.). **Cultura (i)material e rituais de consumo: perspectivas semiopsicanalíticas**. São Paulo : ECA-USP, 2021. 299 p. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Clotilde-Perez/publication/361738636_AUTORA_S_E_AUTORES_CULTURA_IMATERIAL/links/62c2cfd0be9e947a47ab8db6/AUTORAS-E-AUTORES-CULTURA-IMATERIAL.pdf#page=145 Acesso em: 08 ago. 2023

FUJITA, R. M. L.; JORENTE, M. J. A indústria têxtil no Brasil: uma perspectiva histórica e cultural. **ModaPalavra e-periódico**, v. 8, n. 15, p. 153–174, 1 jan. 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/5140/514051496008.pdf> Acesso em: 05 jul. 2023.

GAMALHO, N. P. Remover para promover: Espaço concebido e representações do espaço no bairro Restinga - Porto Alegre/RS. **GEOgraphia**, v. 12, n. 23, p. 61-84, 17 maio 2011. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13591> Acesso em: 18 jun. 2023.

GAMALHO, N. P. **A produção da periferia: das representações do espaço ao espaço de representação no bairro Restinga - Porto Alegre/RS**. Dissertação (Mestrado), Porto Alegre, 2009. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/16658/000704164.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 18 jun. 2023.

GOUVEIA , D. R. **Análise da intenção de compra do consumidor de produtos baseados na Economia Circular: um estudo aplicado à compra de roupa em segunda mão**. Universidade do Minho, jun. 2020.

HARDY, G. **La géographie psychologique**. 2 ème édition. Paris: Gallimard, 1939.

HORTELÃ, T. M. **Sebrae em dados - brechó. Comunidade Sebrae**. Disponível em: <https://sebraepr.com.br/comunidade/artigo/sebrae-em-dados-brecho> Acesso em: 18 jun. 2023.

KIM, I., JUNG, H. J., e LEE, Y. Consumers' Value and Risk Perceptions of Circular Fashion: Comparison between Secondhand, Upcycled, and Recycled Clothing. 2021.

KON, A.; COAN, D. C. Transformações da indústria têxtil brasileira: a transição para a modernização. **Revista de Economia Mackenzie**, v. 3, n. 3, p. 11–34, 25 jun. 2009.

LIMA, M. O. **Identidade e moda**: O vestuário como instrumento de expressão de identidade. Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Curso de Design de Moda, Fortaleza, 2018.

Disponível em:

https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/36720/3/2018_tccll_molima.pdf Acesso em: 15 set. 2023.

LUZ, J. P. da; MARIAS, C. E. P.; SILVA, G. V. dos S da. Moda Circular, economia solidária e sustentabilidade: a experiência da 4ª feira de trocas. **IV Jornada Científica De Gestão E Negócios Labsiga**. Venâncio Aires, 2022.

MAIA, C. E. S. GEOGRAFIA DAS VESTIMENTAS: DOS CLÁSSICOS ÀS TENDÊNCIAS. **Boletim Goiano de Geografia** (Online). Goiânia, v. 35, n. 2, p. 195-216, maio/ago. 2015. Disponível em:

<https://www.redalyc.org/pdf/3371/337141517002.pdf> Acesso em: 15 set. 2023.

MAIA, C. E. S.; MOREIRA, J. de F. R.; TUMA, R. L. (Orgs.). **Corpos cobertos desnudando espacialidades**: vestimenta, roupa, traje, fantasia e moda na geografia. 1. ed. -eBook- Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2021.

MARTINS, V. C.; VALENTIM, A. F. **Reflexões sobre o consumo de moda em brechós na atualidade**. 2021. Disponível em:

https://repositorio.ifsc.edu.br/bitstream/handle/123456789/2303/tcc.valeria_cardoso_martins.pdf?sequence=1&isAllowed=y Acesso em: 15 set. 2023.

MARTINELLI, M. **Cartografia Temática**: Caderno de Mapas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.

MATIAS, K. N. C. Henri Lefebvre e a dialética da tríade: considerações sobre a produção social do espaço. **Norus**, v. 4, n. 6 jul/dez, 2016.

MATOS, L. de M.; BARBOSA, J. G. P. Um estudo sobre o perfil dos consumidores de brechós da Cidade do Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia (PMKT on-line)**. São Paulo, v. 9, n. 2, p. 151-163, maio/ago. 2016. Disponível em:

<https://revistapmkt.com.br/wp-content/uploads/2022/01/6-Um-estudo-sobre-o-perfil-dos-consumidores-de-brechos-da-Cidade-do-Rio-de-Janeiro.pdf> Acesso em: 12 jul. 2023.

MÓNICO, L. S. **Religiosidade e otimismo**: Crenças e modos de implicação comportamental. Coimbra: Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade de Coimbra, 2010.

MÓNICO, L. S.; ALFERES, V. R.; CASTRO, P. A.; PARREIRA, P. M. A Observação Participante enquanto metodologia de investigação qualitativa. **Investigação Qualitativa em Ciências Sociais**, v. 3, 2017. Disponível em:

<https://cienciasecognicao.org/cecnudcen/wp-content/uploads/2018/03/A-Observe%C>

3%A7%C3%A3o-Participante-enquanto-metodologia-de-investiga%C3%A7%C3%A3o-qualitativa.pdf Acesso em: 17 out. 2023.

MORAIS, C. C. B. de; CALVI, G. C. Brechó como alternativa ao descarte prematuro de produtos de moda. **Fórum Fashion Revolution**, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Jhonatan-Carvalho-Santos/publication/344690390_Revolucao_na_Moda_midias_sociais_como_meio_de_promocao_do_consumo_consciente/links/61686b7c3851f95994055bf4/Revolucao-na-Moda-midias-sociais-como-meio-de-promocao-do-consumo-consciente.pdf#page=28 Acesso em: 17 out. 2023.

MOREIRA, J. de F. R. Geografia das vestimentas: novas linguagens simbólicas para a leitura da paisagem - o caso da parada LGBT em Goiânia, Goiás. *In*: MAIA, C. E. S.; MOREIRA, J. de F. R.; TUMA, R. L. (Orgs.). **Corpos cobertos desnudando espacialidades**: vestimenta, roupa, traje, fantasia e moda na geografia. 1. ed. -eBook- Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2021.

MOTTA, M. F. **Espaço vivido / espaço pensado**: O lugar e o caminho. Dissertação (Mestrado), Porto Alegre - RS, 2003. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3098/000381953.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 15 ago. 2023.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa – características, usos e possibilidades. **Caderno De Pesquisas Em Administração**, São Paulo, v.1, nº 3, 2º sem./1996. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54648986/PESQUISA_QUALITATIVA_CARACTERISTICAS_USO-libre.pdf?1507390118=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPESQUISA_QUALITATIVA_CARACTERISTICAS_USO.pdf&Expires=1691982517&Signature=DzVGHalM5t7F4HB7hxxaktBEdc1NoBo4bV7Ax~mE~L3-T-D8AS-u1K8iiy2B9jRK7-S2IYeE-N8SpSupCrPf2CZAJ6~3ZdmGFGgsa5GVfLUk4xkQIE6jMAzWd76VmrPu7wwwC~4HdekmalFP98nGMzfMpvIF80OB~ZLtm7YdqTsn9ZIZG258F-nPyLYcl6YhXqNISub74bs6upuFnh2qUZ87vhG2Ds8Vewdl3N8p6~ZcSKqsW14e5pW9RYHhKuAIYIBarHD1WTIIZoMG-r4PHjfooOB~oroQI0bEwBzbp69SYfSVeebZ~dPN9Cpkgzrmtbqm1EBqCeDINN3TWyIQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA Acesso em: 15 ago. 2023.

OLIVEIRA, Y. M. de. **Comportamento de Consumo de Moda Circular dos Millennials**. 2020. Disponível em: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/35138/1/YasminMedeiros_Final_Tese.pdf Acesso em: 15 ago. 2023.

OLIVEIRA, T. S. de. **Moda: Um fator social**. Universidade de São Paulo - Escola de Artes Ciências e Humanidades (Dissertação). São Paulo, 2013. Disponível em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-13052013-161455/publico/A_Z.pdf Acesso em: 15 ago. 2023.

ORTIZ, Elaine. Consumo consciente: procura por brechó de luxo aumenta 12% ao ano. **Creditas Exponencial**, 24 jan. 2020. Disponível em: <https://www.creditas.com/exponencial/brecho-de-luxo/> Acesso em: 15 ago. 2023.

PAWLOWSKI, C. S.; ANDERSEN, H. B.; TROELSEN, J.; SCHIPPERIJN, J. Children's physical activity behavior during school recess: A pilot study using GPS, accelerometer, participant observation, and go-along interview. **Plos One**, 11(2), 2016.

PEREIRA, D. L.; NETO, J. Q. de M. Os espaços de representação segundo a geografia crítica. **Nova Revista Amazônica**, v. IX, nº 01, março, 2021.

PEREIRA, L. A. G.; CORREIA, I. S.; OLIVEIRA, A. P. de. Geografia fenomenológica: espaço e percepção. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 11, n. 35 Set/2010 p. 173 - 178. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Luiz-Andrei-Pereira/publication/357619269_GEOGRAFIA_FENOMENOLOGICA_ESPACO_E_PERCEPCAO/links/61d65ee7b6b5667157cc62bf/GEOGRAFIA-FENOMENOLOGICA-ESPACO-E-PERCEPCAO.pdf Acesso em: 02 set. 2023.

PERUZZO, C. M. K.. Pressupostos epistemológicos e metodológicos da pesquisa participativa: da observação participante à pesquisa-ação. **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**, Universidad de Colima, México, vol. XXIII, 3, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/316/31652406009/31652406009.pdf> Acesso em: 02 set. 2023.

QUINTELA, H. F. A Segunda Pele: A linguagem das roupas, seus signos e a configuração da identidade social através do vestuário. **Anais do Seminário Nacional da Pós-Graduação em Ciências Sociais - UFES**, v. 1, n. 1, 1 jan. 2011. Disponível em: https://web.archive.org/web/20180501202422id_/http://periodicos.ufes.br/SNPGCS/article/viewFile/1551/1141 Acesso em: 16 out. 2023.

RICARDO, L. H. K. **O Passado Presente**: Um estudo sobre o consumo e uso de roupas de brechó em Porto Alegre (RS). Colóquio de Moda, 2008. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/42379.pdf> Acesso em: 27 mai. 2023.

ROHDEN, S. F.; DURAYSKI, J.; TEIXEIRA, A. P. P.; MONTELONGO, A.; ROSSI, C. A. V. Consumo colaborativo: Economia, modismo ou revolução? **Desenvolve: Revista de Gestão do Unilasalle**, Canoas, v. 4, n. 2, p. 09-24, jul. 2015. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/148056/001001183.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acesso em: 21 nov. 2023.

SANDRESCHI, L. de C. C. **Brechó**: modelo de negócio de moda vertente da economia circular. Monografia - Universidade Do Sul De Santa Catarina. Florianópolis, 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/14018/1/TCC%20-%20Luiza%20Sandreschi%20-%202021.1.pdf> Acesso em: 18 jun. 2023.

SETTON, M. da G. J. A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea. **Revista Brasileira de Educação**, nº 20, 2002. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rbedu/a/mSxXfdBBqghYyw4mmn5m8pw/?format=pdf&lang=pt>
Acesso em: 25 set. 2023.

SILVEIRA, L. M. DA; PETRINI, M.; SANTOS, A. C. M. Z. DOS. Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? **REGE - Revista de Gestão**, v. 23, n. 4, p. 298–305, out. 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809227616306063> Acesso em: 18 mai. 2023.

SIQUEIRA, R. de A. O Garimpeiro no mercado de roupas de segunda-mão no comércio informal em Juiz de Fora. **CSONline – Revista Eletrônica de Ciências Sociais**, Juiz de Fora, n. 24, Dez., pp. 1-309, 2017.

SORRE, M. Les fondements de la géographie humaine: les fondements biologiques. Paris: Armand Colin, 1947.

SODRÉ, R. Prática espacial, habitus e espaço urbano: ensaio de geografia da vida cotidiana. **Geopauta**, Vitória da Conquista, V. 5, n. 1, 2021. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5743/574365255010/574365255010.pdf> Acesso em: 21 nov. 2023.

TONIOL, A. P. N.; ALBIERI, S. O fast-fashion como fenômeno econômico-cultural: moda e globalização. **Brazilian Journal of Business**, v. 2, n. 3, p. 2316–2327, 2020. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJB/article/view/13697/11469> Acesso em: 14 ago. 2023.

TSUI, C. **Moda circular**: uma análise do conhecimento e comportamento de compras dos consumidores. Brasília, 27 out. 2021. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/29951/1/2021_CindyTsui_tcc.pdf Acesso em: 14 ago. 2023.